

17. Резюмета на представените трудове в конкурса за доцент

3.5 Обществени комуникации и информационни науки (Комуникационен мениджмънт на факти и данни), обявен в ДВ, бр. 48/ 28.06.2022г.

гл. ас. д-р Мая Димитрова Василева

I. МОНОГРАФИИ

1. **МОНОГРАФИЯ.** ВАСИЛЕВА, Мая. Работа с факти и данни в цифрова среда. София: БМГК Комерс ЕООД, 2022. ISBN: 978-619-92104-1-3.

В глобален план, организираният, нерядко икономически обезпечен и подсилен от автоматизирани технологии ефект на замърсяване на информационната среда е опасен директно и индиректно поради видимия вирусно разпространяван лъжлив смисъл, но и във връзка със скрити сили, които се опитват да поставят под съмнение професионалната роля и качество на журналистиката, да подкопаят доверието към легитимните медии и системата на действителните новини. Тези тенденции променят в политико-икономически контекст „статута“ на факта и фактологията.

Връзките между същността, възникването, разпространението на подвеждащо съдържание, заплахите за доверието в медиите и политическите процеси и въздействието върху критичното мислене и личностното развитие на уязвими потребители в цифровото пространство срещат общи политики на решения за противодействие срещу процесите на замърсяване на информационната среда.

Предвид всички тези промени, в професионален и тясно профилиран аспект в журналистически мрежи и организации, на ниво обработка и проверка на информацията като количество и качество на съобщения според адресати и използвани комуникационни канали, се откроява професионалното поле на специфичната дейност на работата с факти и данни в цифрова среда.

Монографията „Работа с факти и данни в цифрова среда“ представя широко и обзорно теоретично изследване за идентификация на формите на отклонения в комуникационния процес, класификация и етимологична прецизност на проблематизирани жанрови форми и проблемни полета на информационната среда и публичната сфера. Теоретичният обзор на професионални опит и практика, историческа обусловеност и актуални обстоятелства на възникване и развитие на организации и изследователски звена с упражнявана дейност за работа с факти и данни очертава съвременни състояние и пътна карта на обществен процес на открито и легитимно противодействие срещу разпространението на дезинформацията в политическата сфера и всички аспекти на информацията.

Монографията проследява методично и последователно подкрепата, популярността и полезното действие на спецификата на работата с факти и данни – използваният анализиращ подход спрямо дейността на глобалната мрежа за работа с факти да разработи комплекс от корективни механизми – методологии и технологични инструменти за проверка на твърдения, жанровата идентификация на „проверката“, които да адресират рискове в информацията на демократичните системи и в резултат да се консолидира новата „пета“ власт – основаваща се на факти, данни и доказателства комуникация със значително уважение към истината. Монографията разгръща авторска

теоретична постановка, че обществената информация на основата на факти и данни дава фундаментална стабилност на публичната сфера. Основният изследователски въпрос, който монографията разглежда и цели да докаже е как ще се развиват политики на институции, компании и организации, основаващи се на комуникационен мениджмънт на факти и данни в бъдеща перспектива. И ако в разбирането на мениджмънта е заложен генералният принцип отделният човек да упражнява умение да се справя с нещо сам, в тази връзка една сериозна част от организациите за работа с факти и данни заявяват, че целят да помогнат на гражданина в демократичното общество да управлява своето поведение съобразно фактологичната действителност и основополагащи данни в полза на информиран личен избор. В съвременни политики на управления, прилагането на комуникационен мениджмънт на факти и данни създава социално измерение на интеракция между множество субекти в институции, компании, организации за постигането на общозначимата цел да се отстоява публичната стойност на доказуемата истина. Комуникационният мениджмънт на факти и данни акцентира върху нов подход за управление – комуникация на теми, политики, емпирично базирано знание на решения, които произлизат от рационален анализ на данни и прозрачно-отчетна отговорност на противодействие срещу зловердни отклонения на комуникационния процес.

В настоящата монография обект на специално изследване са проблематизираната информация и съдържание. Съдържанието методично проверява предмета на изследване – доколко практическата насоченост на работата с факти и данни в цифрова среда има възможности да противодейства на проблематизираната информация.

Важна изследователска цел на монографията е чрез спецификата на работата с факти и данни в цифрова среда по пътя на комплексни методологии и професионални компетентности и през опита и практиката на независими организации, платформи и вътрешни звена в медийни редакции да пледира за статут на фактологичната информация и качествената журналистика. В световната мрежа на активните участници в практиката на проверката на факти и данни, където протичат инициативи на обучения и професионален обмен за прилагане на общи етични ценности като независимост, прозрачност и отчетност на информацията.

Изложението проследява следните задачи:

1. Възможностите на работата с факти да удостовери фактологична действителност чрез обективната стойност на факта. Проследяване на дейностите по идентификация, селекция, проучване, проверка и коригиране на фактите(ако са представени некоректно) за постигане на достоверност, обективност и плурализъм на проблемната тема;
2. Процесите на работа с факти(фактчекинг, развенчаване на неверни твърдения и верификация на генерирано потребителско съдържание) проследяват емпиричната давност на фактите и достоверността на фактологията в политическите декларации и изказвания, като постфактум изобличаващо призовават за отговорност в публичното говорене;
3. Работата с данни като публична стойност – употреба и обработване на публично достъпни данни или бази данни, както и създаване на собствени изследователски данни по общественозначими теми, които са извън тематичната насоченост на основния новинарски и информационен поток. Иницирането на теми от извлечен набор от данни - в резултат на работата

с обработени масиви от данни се образуват нови значими проблемни теми, които допринасят за по-добра широка осведоменост и разпределят по нов начин тежест, отговорност и принос в употребата на ресурси и блага;

4. Работата с факти и данни като методологии и автоматизирани инструментариуми за селекция, проверка и повторен анализ на комуникационни единици, част от информационен поток, идентифицира теми и проблематики, актьори и говорители, локализира мрежи и канали на разпространение, които при количествени и качествени напластявания в активния обмен на публичния дебат основополагат възникване и управление на нови, значими теми и формиране на политики въз основа на обработвани масиви данни.

Обективното виждане и аспекти на анализ в професионалната дейност на работата с факти и данни са представени и през редица популярни академични и изследователски теоретични постановки и научни резултати. Обществените значение, ангажираност и градивен процес на запознатост с това практико-приложно направление са видими в наръчници, ръководства, правилници и експертни изследвания, разработени от социологически, културни и журналистически организации.

Работата с факти и данни формира нива на критично и рефлексивно мислене за ползване на медиите и аудио-визуалните услуги и повлиява динамиката в предефинирането на съвременни концепции за медийна грамотност, цифрова грамотност и критично мислене. Стандартната публикация на платформа за проверка на факти и данни, е нагледен пример как жанрът на „проверката“ на информация коригира чрез факти и данни стъпка по стъпка, или в детайли, публикация след публикация, всеки ден дава и разширява възможностите медийната грамотност да развива демократични умения.

Методологията на монографията изследва три направления на добавена стойност на работата с факти и данни в цифрова среда за противопоставяне срещу злоупотреби с информация: 1. Дейността на независимите организации, платформи и сайтове за работа с факти и данни развива сътрудничество с традиционните медии в подкрепа на качествената журналистика. Медийните компании се ползват от експертизата и услугите на независими професионални екипи за проверка на факти и данни и припознават и прилагат сходни методологии в свои вътрешно-структурни отдели за проверка на информацията; 2. По линия на европейски ко-регулативни политики, механизми и доброволна съгласуваност звена за работа с факти и данни сключват споразумения с платформите на социалните мрежи и изпълняват оперативна дейност на независима проверка по протоколирани сигнали на потребители; 3. Предметът на дейност на организациите за работа с факти и данни създава структурирана мрежа на звена за предприемаческа цифрова журналистика, автоматизирани технологични решения за работа с факти и данни, сформира смесени екипи от журналисти, програмисти, специалисти по цифрова грамотност и т.нар. цифрови номади, осъвременява правила, стандарти и постулати на прецизната журналистика и така гради устойчива система на достоверната информация.

Когато свободата на изразяване стои в началото на всяка форма на комуникация, от това високо завоевание на демократичните общества, упражнявано в комуникациите на цифровата среда, се пораждат отклоненията от отговорното говорене. В систематичен академичен обзор изложението проследява поредица от известни теоретични постановки, извежда етимологична група от понятия, назоваващи отклонения в комуникационния процес, и техните проявления в медийната практика и публичната

среда, както и наблюдавани рискове и диверсионни действия и въздействия в архитектурата на социални мрежи и платформи.

В теоретичното изследване се прилага утвърден понятийно-терминологичен апарат с обострено значение, интензивна популярност и употреба на неологизми от първите две десетилетия на 21. век, които описват „скритите сили“ на недоверието към легитимните медии, публично-административни системи и институции и се превръщат във все по-разпознаваеми рискови състояния за общества и държави.

Дезориентацията в информацията е резултат от отслабените позиции на медиите, в конкуренция с безкритично споделяне в платформите на социалните мрежи, да противодействат на деятелите на дезинформация и пропаганда. Редом до професионалистите в медиите, извършващи проверки на факти и данни в големи обеми и мащаби, решително присъствие и отговорност за хигиената на отворената цифрова територия, заявяват новите наместници в информационното пространство – т.нар. „фактчекъри“ или проверители на факти, журналисти на свободна практика, които се занимават с независими „проверки“ и публикуват материали и разследвания в жанровата идентификация на „проверката“, цифрови журналисти и специалисти по цифрови технологии, дигитални номади и предприемачи на бизнес модели, проекти и технологични разработки за работа с факти и данни за защита на информацията от обществен интерес и развитие, както на публичната, така и на икономическата ѝ стойност.

Консолидацията на мрежата на т.нар. „пета власт“ – мрежа от организации, отдели, научни, академични и изследователски звена, новинарски бюра и проверителски сайтове, технологични компании и техни подразделения, които развиват дейност по прилагане на утвърдени методологии и инструментариум за работа с факти и данни, посвещават професионални усилия на общественото измерване, сверяване на публичната стойност и оценка на истината през сечението на фактите и свързаните с тях данни. Голямата мисия на редица организации за работа с факти и данни, ревностно отстоявана спрямо потенциални политически и икономически интереси, е да публикуват проверена информация, основана на факти и данни, която да води публиката към истината. Моделите на упражняване на дейността с методологии и инструментариум за работа с факти и данни се стремят да изграждат реформиращи и основополагащи политики, управление и комуникация на факти и данни с цел отчетност, прозрачност и достъп до институции, компании, обществени системи и възможности на държави и наднационални формирания да достигат до глобални решения и оптимизиращи стратегии за управление на използването на световни суровини и ресурси.

Монографията откроява редица научни новости по темата. Теоретичното изследване извежда научно издържана етимологична група понятия, които назовават форми на изразяване и поведение, които са отклонения от нормалния комуникационен процес – мисинформация, малинформация, дезинформация, постистина, фалшиви новини, алтернативни факти, инфодемия, информационен безпорядък. Класификацията на тези понятия обозначава проблематизирани жанрови форми и проблемни полета на информационната среда и публичната сфера.

Монографията обобщава и синтезира редица теоретични постановки от международни научни изследвания и експертен опит, които оформят актуална глобална картина на разпространение на дезинформацията. В изследователски аспект са представени законодателни инициативи на ЕС и национални държави в отговор и противодействие на онлайн дезинформацията. В национален контекст на проблемите на свободата на изразяване и свободата на медиите е представен критичен прочит на български законодателен опит и нормативно предложение за закон за фалшивите новини в Интернет.

Работата предоставя аналитичен прочит на процеса на изграждане и легитимация на международна мрежа от независими организации за работа с факти и данни със споделен етичен кодекс, добри практики на обмен, професионални стандарти и правила, съвместно прилагане на методологии, инструментариум и технологични решения за работа с факти и данни.

Изследователските усилия представят типологизация на модели от практиката на работа с факти и данни – Нюзрум модел, НПО модел, Реформаторски и Експертен модел на независими организации, които сътрудничат с държавни институции, предприемачески модел на технологични компании за работа с факти и данни. В световен мащаб се наблюдава известно профилиране на дейността на организациите за работа с факти и данни – в Америка методологиите за проверка на факти служат за проследяване качеството на политическите процеси и реформаторство на административни и обществени системи, в Европа проверителските звена приоритизират противодействие на онлайн дезинформацията, качество на журналистиката и прозрачност на изборни процеси, на Балканите най-сериозното предизвикателство е упражняването на корективен механизъм някой някъде да проследи и измери чрез прозрачна емпирична методика доколко политиците и публичните отговорни лица говорят истината.

В практическата насоченост на работата с факти и данни се осъществява ясно разграничаване на трите процеса на третиране и преценка на фактите – проверка на факти, развенчаване на неверни твърдения и верификация на публикувани политически изказвания или генерирано от потребителите онлайн съдържание. Практико-приложното направление на инструментариум и технологични решения и разработки за автоматизирани проверки на факти и данни разкрива огромен потенциал за извличане от масиви бази данни на нови значими теми, които поради липса на достъпност или достатъчно емпирична достоверност остават пренебрегвани и маргинализирани. Новите методи и методологии на работа с големи бази данни дават научно знание за бъдещи управленски политики на данните.

В перспективата на свободно изразяване и достъп до преструктурираната публична среда в социалните мрежи работата с факти и данни показва реални резултати за отделния потребител с индикации за отклонения в комуникационния процес, констатирани извън значението на фактите, но с ясни данни за зловредни немерения и въздействия. Фактите и данните завръщат потребителите в цифровата среда към функционалната грамотност и критичното мислене и са предпоставка за още компетентности на медийна, дигитална, информационна грамотност и нови модерни демократични умения и решения, които да бъдат видими през изборни процеси.

ПРИНОСИ

Общо-теоретични приноси:

- Теоретични постановка за процеси, форми и явления с проблематизиран характер
- Определение за проблематизирана информация;
- Определение за комуникационен контекст на проблематизирана информация;
- Авторско теоретично рамкиране за конструиран комуникационен контекст на проблематизираната информация;
- Изследователско виждане за значението на цифровата среда с оглед на проблематизирани съдържание и информация;

- Авторско определение за информационен безпорядък;
- Авторски допълнения към типологията на информационния безпорядък.
- Концептуализирани значение и стойност на изследвани методи, методологии, набор от прилаган инструментариум и технологични решения за работа с факти и данни в приложимост като комплекс от корективни механизми в процеси на проучване на състоянието на истина в информация и съдържание;
- Определение за работа с факти и данни в цифрова среда;
- Предложени дефиниции на понятията фактчекинг, фактчекърство, фактчекър, истиномер;
- Определение за комуникационен мениджмънт.

Приложно-научни приноси:

- Жанрва идентификация на „проверката“ - публикация на проверка на медийно съдържание и комуникационна единица в публична комуникация;
- Очертана карта на действие на глобалната партньорска мрежа на независими организации, журналистически мрежи, академични звена, платформи, сайтове и технологични хъбове, които възприемат работата с факти и данни като координиран отговор на противодействие срещу онлайн дезинформацията и пропагандата, допринасят за реформаторски политики на данните, консолидират комуникация на факти и данни;
- Теоретична постановка какво представлява специфичната и новаторска професионална дейност на работата с факти и данни;
- Процеси, дейност, координиран подход на консолидация в световен мащаб на новата „пета власт“ – основана на факти, данни и доказателства комуникация с респект към истината – става известна с функцията „коректив на коректива“ спрямо резултатите и постиженията на „четвъртата власт“;

Практико-приложни приноси:

- Систематизация на оригинални методологии за преценка и оценка на истинността на информацията в съпоставителна перспектива на практиката на световни водещи медийни организации, методи и методологии на работа с факти и данни на независими организации и българският практически опит за проверка на факти и данни в медийни отдели, НПО организации и независими проекти;
- Теоретична рамка за същност и приложимост на информация на факти и данни, обособяване на информация на данните като принципни решения за превенция на проблематизирано съдържание в информационните потоци на цифровата среда;
- Теоретична постановка за комуникационен мениджмънт на факти и данни като нов подход за управление на политики и системи, организации и институции;

- Комуникационен мениджмънт на факти и данни в обществена комуникация на институция – анализ на комуникационна кампания чрез прилагане на академична методика в учебен казус.

Проверките чрез факти и данни упражняват определен дисциплиниращ ефект на анти-формализиране за медии и журналисти, политици и институции, които допускат влияние на интереси. Като дейност, работата с факти и данни е вид заявено, финансово обезпечено и обществено подкрепено реформаторство на базисните отношения между медиите и политиката, между журналистите и практиците в информационната среда спрямо институциите и политически отговорните лица. Комплексното дискурсивно въздействие на методологии и инструменти на работата с факти и данни ограничава онлайн дезинформацията, повлиява положително проблемите с информационното обръкване на потребителите и благоприятства експанзията на цифровата среда. В най-широк смисъл, проверката на факти и данни е инструментариум за подобряване на комуникацията. Жанровата идентификация на извършената проверка, която с публикуването си сигнализира и издава присъда за вярно или невярно, не дава решение на проблемите с доверието и истината.

1. MONOGRAPH. VASSILEVA, Maya. Working with Facts and Data in a Digital Environment. Sofia: BMGK Commerce EOOD, 2022. ISBN: 978-619-92104-1-3.

On the global, the organized, often economically secured and automated technology-enhanced effect of pollution of the information environment is dangerous directly and indirectly due to the visible virally spread false meaning, but also in connection with hidden forces that try to question the professional role and journalism quality, to undermine trust in legitimate media and the system of true news. These trends change the "status" of fact and factology in a political-economic context.

The relationships between the essence, emergence, spread of misleading content, threats to trust in the media and political processes, and the impact on critical thinking and personal behavior of vulnerable users in the digital age relate to policies for common solutions to counteract the processes of pollution of the information environment.

Given all these changes, the professional field of the specific activity of working with facts and data in a digital environment stands out in a professional and narrowly profiled aspect in journalistic networks and organizations, at the level of information processing and verification as quantity and quality of messages according to addressees and communication channels used.

The monograph "Working with facts and data in a digital environment" presents a comprehensive theoretical study for the identification of forms of deviations in the communication process, classification, and etymological precision of problematized genre forms and problem fields of the information environment and the public sphere. The theoretical overview of professional experience and practice, historical conditioning and current circumstances of the emergence and development of organizations and research units engaged in working with facts and data outlines the contemporary road map of a public process of open and legitimate countermeasures against the spread of disinformation in the political sphere and all aspects of information.

The monograph methodically and consistently comprises the support, popularity and useful action of the specifics of working with facts and data - the analytical approach used in the activity of the international fact-checking network to develop a complex of corrective mechanisms - methodologies and technological tools for verifying statements, genre identification of "verdict" to address information risks to democratic systems, and as a result,

to consolidate the new "fifth" estate - fact, data and evidence-based communication with significant respect for the truth.

The monograph describes the author's theoretical position that public information based on facts and data gives fundamental stability to the public sphere. The main research question that the monograph examines and aims to prove is how the policies of the state, companies and organizations based on the communication management of facts and data will develop in future perspectives.

And if in the understanding of managing the general principle is laid down that the individual should exercise the ability to deal with something by himself, this means, a serious part of the organizations for working with facts and data declare that they aim to help the citizen in a democratic society to manage his behaviour following factual reality and underlying data in favour of informed personal choice. In modern management policies, the application of communication management of facts and data creates a social dimension of interaction between multiple subjects in institutions, companies, and organizations to achieve the common goal of defending the public value of verifiable truth. The communication management of facts and data emphasizes a new approach to management - communication of topics, policies, empirically based knowledge of decisions that arise from a rational analysis of data and transparent and accountable responsibility of counteraction against malicious deviations of the communication process.

In the monograph, the problematic information and content are the object of a special study. The content methodically examines the subject of the research - to what extent the practical orientation of working with facts and data in a digital environment has the possibility of counteracting the problematic information.

The important research aim of the monograph is to plead for the status of factual information and qualitative journalism. In the international network of active participants in the practice field of fact-checking and data verification, where training initiatives and professional exchanges take place to apply common ethical values such as independence, transparency and accountability of information.

The task of the work can be presented as follows:

- The possibilities of working with facts and data to verify a factual reality through the objective value of the fact. Tracking the activities of identification, selection, research, verification and correction of the facts(if they are presented incorrectly) to achieve credibility, objectivity and pluralism of the problematic topic;
- The process of working with facts(fact-checking, false claims debunking and user-generated content verification) tracks the empirical validation of facts and the credibility of factuality in political statements and speeches, ex post facto debunking the demand for an answer in public speaking;
- Working with data as a public value - use and processing of publicly available data or databases, as well as building of own research data on socially significant topics that are outside the thematic array of the main news and information flow. The initiation of data-driven topics as a result of working with processed data sets forms new significant problem themes, which contribute to better general awareness and distribute in a new way responsibility and contribution to the use of resources and goods;
- Working with facts and data as methodologies and automated tools for selection, verification, and re-analysis of communication materials, which are parts of the information flow, identifies topics and issues, actors and speakers,

that locates networks and distribution channels, quantitative and qualitative layered in the active exchange of public debate, emerged as management of new, significant topics and data-driven policies and have become fundamental.

The objective view and aspects of analysis in the professional activity of working with facts and data are also presented through some popular academic and research theoretical statements and scientific results. The public importance, commitment and constructive process of familiarity with this information practice are visible in manuals, guides, rules and expert studies developed by sociological, cultural and journalistic organizations.

Working with facts and data forms levels of critical and reflexive thinking about using media and audio-visual services and influences dynamics in redefining contemporary concepts of media literacy, digital literacy and information literacy. The standard publication of a platform for fact-checking and data is an illustrative example of how the genre of "verdict" information corrects through facts and data step by step, or in detail, publication after publication, every day enables and expands the possibilities of media literacy to develop democratic skills.

The monograph methodology explores three facets of the increased value of working with facts and data in a digital environment that can prevent distortions of the information process: 1. The action of independent organizations, platforms, and sites for working with facts and data promotes cooperation with traditional media in support of quality journalism. Media companies benefit from the expertise and services of independent professional fact-checking teams and recognize and implement similar methodologies in their internal fact-checking departments; 2. In line with European co-regulatory policies, mechanisms and voluntary coherence, units for working with facts and data conclude agreements with social network platforms and perform an operational activity of independent verification based on user reports; 3. The object of activity of organizations for working with facts and data creates a structured network of units for entrepreneurial digital journalism, automated technological solutions for working with facts and data, forms mixed teams of journalists, software engineers, specialists in digital literacy, etc. digital nomads, updates rules, standards and postulates of precise journalism and thus builds a sustainable system of reliable information.

As freedom of expression stands at the beginning of every form of communication, it is from this high conquest of democratic societies exercised in the communications of the digital environment that deviations from the responsible speech are born. In a systematic academic review, the work offers a series of certain theoretical positions, derives an etymological group of concepts naming deviations in the communication process and their manifestations in media practice and the public environment, as well as observes risks and deviant actions and impacts in the architecture of social networks and platforms.

In the theoretical research, it is applied an established conceptual and terminological apparatus with an exacerbating meaning, intense popularity and use of neologisms from the first two decades of the 21st century, which describe the "hidden forces" of distrust towards legitimate media, public-administrative systems and institutions and become in increasingly recognizable risk states for societies and countries.

Disorientation in information is the result of the weakened position of the media, in competition with uncritical sharing on social network platforms, to counter the actors of disinformation and propaganda. Along with the professionals in the media, carrying out checks of facts and data in large volumes and scales, a decisive presence and responsibility for the hygiene of the open digital territory, the new deputies declare themselves in the information space - the so-called. "fact checkers" or fact-checkers, freelance journalists who engage in independent "checking" and publish material and investigations in the genre identification of "verdict", digital journalists and digital specialists, digital nomads and business model

entrepreneurs, projects and technological developments for working with facts and data for the protection of information of public interest and development, both of its public and economic value.

The consolidation of the network of the so-called "Fifth Estate" - a network of organizations, departments, scientific, academic and research units, news bureaus and fact-finding sites, technology companies and their divisions, which conduct activities in the application of established methodologies and tools for working with facts and data, dedicates professional efforts of public measurement, reconciliation of public value, and assessment of truth through the intersection of facts and related data. The great mission of a number of fact and data organizations jealously defended against potential political and economic interests, is to publish verified information based on facts and data to guide the public to the truth. Practice models with methodologies and tools for working with facts and data seek to build reforming and foundational policies, management and communication of facts and data for accountability, transparency and access to institutions, companies, public systems and capabilities of countries and supranational formations to reach global solutions and optimizing strategies for managing the use of global raw materials and resources.

The monograph reveals some scientific new findings on the main topic. The theoretical research brings out a scientific etymological group of concepts that name forms of expression and behavior that are deviations from the normal communication process - disinformation, malinformation, misinformation, post-truth, fake news, alternative facts, infodemic, information disorder. The classification of these concepts indicates problematized genre forms and problematic fields of the information environment and the public sphere.

The monograph summarizes and synthesizes some theoretical propositions from international scientific research and expertise, which depict an actual global picture of the spread of disinformation. In a research aspect, some legislative initiatives of the EU and national states are presented in response to and countering online disinformation. In the national context of the problems of freedom of expression and freedom of the media, it is presented a critical reading of the Bulgarian legislative experience and a normative proposal for a law on fake news on the Internet.

The work provides an analytical reading of the process of building and legitimizing an international network of independent organizations for working with facts and data with a shared code of ethics, good exchange practices, professional standards and rules, joint application of methodologies, tools and technological solutions for working with facts and data.

Research efforts present a typology of models of the practice of working with facts and data - a newsroom model, an NGO model, a Reformed and an Expert model of independent organizations that cooperate with government bodies, an entrepreneurial model of technology companies for working with facts and data. On the global, there is certain profiling of the activities of organizations for working with facts and data - in America, the fact-checking methodology serves to account for the effectiveness of political processes and the reformation of administrative and public systems, in Europe, the checking units prioritize the combat of online disinformation, the quality of journalism and the transparency of electoral processes, at the Balkans the most serious challenge is the endorsement of transparency of a corrective mechanism for someone, somewhere to track and measure through empirical methodology the extent to which politicians and civil officials are telling the truth.

In the practical focus of fact-based work, a clear distinction is made between the three processes of threatening and assessing facts – fact-checking, debunking false claims, and verification of published political statements or user-generated online content. The practical-inclined input of the toolkit and technological solutions and developments for automated fact and data checks reveals a huge potential for extracting from arrays of databases new significant topics that, due to lack of accessibility or sufficient empirical credibility, remain neglected and

marginalized. New methods and methodologies of working with large databases provide scientific knowledge for future data management policies.

From the perspective of free expression and access to the restructured public environment, provided by social networks, working with facts and data shows real results for an individual user with indications of deviations in the communication process, found beyond the meaning of the facts, but with clear data of malicious intentions and impacts. Facts and data return users in the digital environment to functional literacy and critical thinking and are a prerequisite for more competencies of media, digital, information literacy, and new modern democratic skills and decisions to be visible through electoral processes.

SPECIFIC CONTRIBUTIONS OF THE MONOGRAPH

General-Theoretical Contributions:

- Theoretical statements of processes, forms, and a phenomenon of problematic information;
- An author definition of a problematic information;
- Theoretical framing and definition of the communication context of the problematic information;
- A research view framing of constructed communication context of problematic information;
- An research concept on the meaning of the digital environment in view of problematic content and information;
- An author definition of information disorder;
- Author's additions to the typology of information disorder;
- Conceptualized meaning and value of research methods, methodology, a set of tools, and technological solutions for working with facts and data in practice as a complex of corrective mechanisms in the processes of researching the truth status in information and content;
- Proposing definitions of the terms fact-checking, fact-checking, fact-checker, truth-o-meter;
- An author definition of working with facts and data;
- An author definition of communication management

Scientific Application of Contributions:

- The genre identification of the "verdict" - publication of verification of media content and communication materials in public communication;
- An international network of fact-checking organizations, journalism networks, academic institutions, platforms, sites, and technology hubs that embrace facts and data methods as a coordinated response to combat online disinformation and propaganda, create reforming data policies, consolidate the communication of facts and data;
- A theoretical statement of what constitutes the specific and innovative professional activity of fact-checking and data-driven analysis;
- Processes, activities, and a coordinated approach of consolidation across the globe of the new "Fifth Estate" - based on facts and data messages, information

and communication with respect for the truth - it has become known as a "correction" of the corrective function to the results and achievements of the "Fourth Estate";

Practical Application of Contributions:

- The systematization of original methodologies for assessing and evaluating the veracity of information in a comparative perspective of the practice of the world's leading media organizations, methods and methodologies of working with facts and data of independent organizations and the Bulgarian practical experience for fact-checking and collecting data in media departments, NGOs organizations and independent projects;
- A theoretical framework for the essence and application of information based on facts and data, selecting information based on facts and data as general solutions for the prevention of problematic content in the information flows of the digital environment;
- A theoretical assumption and a specific definition of communication management of facts and data as a new approach for management of policies and systems, organizations and institutions;
- Communication management of facts and data in public communication of an institution - analysis of a communication campaign by applying the academic pedagogical methodology in a case study.
- The specific "verdict" publications through facts and data provide a certain disciplining effect on the anti-formalization of the media and journalists, politicians and the state, which allows influence on interests. As acting, working with facts and data is a type of stated, funded and public supported reformation of the basic relationship between media and politics, between journalists and practitioners toward government and political officials in the information environment. The complex discursive impact on the methodology and tools for fact-checking and data collecting limits online misinformation positively affects the problems of information confusion among users and favors the expansion of the digital environment. In broad, fact-checking and data-driven techniques is a toolkit for improving communication. The "verdict" genre identification is a publication signal of true or false, is not a given solution to the problems of trust and truth.

2. МОНОГРАФИЯ. ВАСИЛЕВА, Мая. Ерата на вечерното токшоу: Продуциране на вечерно токшоу за онлайн платформи. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2021. ISBN: 978-954-07-5188-7.

Токшоуто се разпространява като силно влиятелен медиен феномен и става популярно с излъчвания в цял свят от обособяването си в телевизионен жанр през 60-те год. на миналия век. Научните изследвания през последните години обхващат теоретични проучвания за неговата същност в посока от силно конфронтационен дискурсивен субект на културата до основна студийна програма за дебат, която адаптира участието на жива публика и устойчиво се модифицира като политическа и морално противоречива форма на развлечение. Историческите проучвания показват, че токшоуто възниква като англо-саксонска екранна институция, повлиява се и се развива от

интерактивна радио токшоу към модерна версия на формат на дневно женско токшоу, популяризирано от Опра Уинфри през 1984 г., и постепенно се разпространява до Обединеното кралство и няколко европейски държави. Токшоу програмите за дебати се появяват в Европа през през 80-те год. на 20. век и придобиват голямо значение. В известна степен тези ориентирани към публиката медиатизирани събития имат публичен принос и са примери за свободно говорене в напредващите демокрации от Централна и Източна Европа.

Дългогодишните предавания в американското вечерно програмиране са формати на късното вечерно токшоу – обикновено са ориентирани към личния профил на водещия и са насочени към заряд за обществен дебат, но представляват тематично вечерно развлечение с фокус върху попкултурата. Форматът на късното вечерно токшоу е забележително последователен през цялата си история на развитие в идентифициране, отличаване и разширяването на граници за дискуссионни теми от съвременни политически въпроси до социални и морални проблеми и категории на участниците по отношение на техните социален статус или популярност. Методологично, историческият и дескриптивен подходи систематизират процесите на възникване, развитие и глобално разпространение на токшоу програмите. В историческа перспектива ревизията на обзора на токшоу програмирането проследява три отчетливи десетилетия на трансформация на токшоу жанра.

Монографията „Ерата на вечерното токшоу“ представя цялостно научно теоретично и академично изследване на вечерното програмиране с приложени различни подходи и сравнителни изследвания на местни продукции – авторът прилага методологичен апарат на контен-анализ и постига нови резултати и изводи. Книгата се състои от четири основни глави, които служат като дестинации за научно преосмисляне на комедийни програми в еволюиращо понятие между новини и развлечение.

Глава Първа: Жанрва идентификация на вечерното токшоу

Тази първа глава на монографията се фокусира върху изследователската задача да определи токшоу програмите като бързо променящи се медиатизирани форми на говорене и да се покажат характерни черти, отбелязани в академични постановки като отличителни и конвенционални. След кратко проучване на различните начини, по които изследователи идентифицират и отличават хибридно телевизионно токшоу, изложението се концентрира върху изследователските аналитични усилия на автора да предложи дефиниции за токшоу и токшоу формат. Изследователските виждания, които проучват токшоу програмите като изпълнение и производство на ефирно излъчване, обхващат както ординерни професионални възгледи, така и принос на други автори към теоретичната рамка. Систематичният подбор на програми и ключови характеристики на токшоуто се извеждат в нова авторска примерна типология на токшоу форматите. Конструктивната роля на матрицата на вечерното токшоу и творческия инструментариум е тясно свързана с творческия потенциал на водещия на вечерното токшоу – представени и илюстрирани са техните специфики в зависимост от личността на водещия на вечерното токшоу. Работните дефиниции за творчески инструментариум и творчески потенциал на водещия в научни изследвания за вечерно токшоу показват, че академичният интерес в областта е постигнал нови открития и расте експоненциално до нови нива. В много отношения с наподобяването на вариететно шоу, матричната структура на вечерното токшоу съчетава монолог на водещия, комедийни скечове, изпълнения на музиканти, интервюта със звезди, изцяло повлияни от характерния стил и личност на водещия. Всеки водещ влага своите силни страни и таланти в шоуто – един е известен предимно с това, че е добър комик с импровизаторски и музикални умения или е хвален повече за уменията да предразполага, друг внася напълно различни тон и стил, връщайки шоуто към комедийните му корени – така известната крилата фраза

„кралят на вечерния праймтайм“ се появява, за да отличи водещите, които се превърнаха в едни от най-обичаните фигури в историята на американската телевизия за периода на над 30-годишно присъствие на екран.

Глава Втора: Американската ера във вечерното токшоу

Американската ера във вечерното токшоу задава историческите контури на традиционни професионални стандарти и положения в телевизионната практика, които поддържат бизнес значимост и са предизвикателства за комедията в късния вечерен праймтайм и като цяло се отразява върху журналистически теми, конвенции, ценности на дискурса в публичния дебат. Генерално, теоретичната рамка на обособяването на ерата на вечерното токшоу показва периоди на програмиране и медийни личности с голямо влияние и въздействие върху аудиторията през цялата около 70-годишна история на токшоу жанра. Същата теоретична рамка извежда три отличителни поколения водещи на вечерно токшоу със значителни постижения в сферата на американската телевизия и световен принос.

Популярната крилата фраза „Пътят към Белия дом минава през моето шоу“ на Летерман, отразяваща силно ироничен хумор, по-вероятно идентифицира вечерните комедийни шоута като източник на политическа информация. „Златното поколение“ на водещите на вечерно токшоу постигат безпрецедентни нива на рейтинг гледаемост и лоялност на публиката. Всеки начинаещ стенд-ъп комик знае, че Джей Лено, Дейвид Летерман, Джон Стюарт и Крейг Фъргюсън легитимират комедията и въвеждат нов културно обвързан дневен ред в политиката, личен изказ и развлечение, слети заедно. На основата на таргетиран монолог, ефект на политически хумор и възприемане на вечерното токшоу като източник на новини, тези значително влиятелни водещи покровителстват средата на вечерното токшоу, без да липсва развлекателна стойност.

Вечерните токшоу програми се продуцират във все по-големи и по-големи корпоративни системи на производство и дистрибуция. Изключително аналитично и в състезание на комедийна рутината и серия от шеги, Дейвид Летерман и Джей Лено показват сблъсък на отличителни личности и усъвършенстване на сатиричното майсторство, повече отколкото да предефинират формата на вечерното токшоу с понякога противоречиви похвати. За да се разбере изкуството на „златното поколение“ водещи, е необходимо да се вгледаме добре във водещия, който е човекът зад бюрото. Следващото поколение наследници придават енергичен комедиен нюх към здравата основа на формата на вечерното токшоу. Джеймс Кордън, Джими Кимел, Тревър Ноа и Саманта Бий си проправят път към върха на американската телевизия с определен талант, енергични и иновативни програми от различни сцени и със значение в пространството на късното вечерно програмиране. В групата на комиците във вечерното токшоу, те са изпълнители, които създават авангардна комедийна работилница за предавания, която резонира в множество платформи. Много дигитални платформи се превръщат в доминиращата форма на развлечение и поколението на младите комици се ангажира да добави истинско разнообразие в късен вечерен слот, като трансформира традиционното телевизионно късно токшоу в кратки вирусни форми на съдържание, които да са достъпни през различни устройства. Разпръсквайки екранните стереотипи, те се изправят пред бъдещето на развлеченията в стрийминг услугите.

Глава Трета: Ерата на вечерното токшоу в България

Тази глава от монографията представя методологично оформено проучване, изводи и новости, които се базират на местен пазар. Фактически, изложението представлява сравнителна рамка на измерване на характерни черти по отношение на концепция, творчески инструментариум, личност на водещия, които са изведени от проучване на комедийните предавания на пет местни продукции на вечерно токшоу, излъчвани паралелно в изследователските периоди от 09.2009 до 09.2010 г. и от

27.01.2020 до 30.06.2020 г. Контент-анализите на предаванията „Шоуто на Слави“, „Шоуто на Иван и Андрей“ и „Вечерното шоу на Азис“ се намират в пряка конкуренция в посочения период и обхващат регистриране и измерване на компоненти от общо 196 регистрационни карти, илюстрирани в обобщени данни чрез инфографики. Контент-анализът на „Шоуто на Николоас Цитиридис“ и „Вечерното шоу на Слави Трифонов“ в изследователския период от 27.01.2020 г. до 30.06.2020 г. проследява емпирично и сравнява медийни и креативни приноси на продукциите на вечерното токшоу спрямо релевантни световни образци и предходни подобни български продукции. За определения изследователски период, в общото количество от 96 епизода за „Шоуто на Николоас Цитиридис“ и 111 епизода за „Вечерното шоу на Слави Трифонов“ са регистрирани и систематизирани данни от регистрационни карти, които също са детайлно анализирани и илюстрирани чрез инфографики. Анализът на проучването диференцира основни характеристики и специфики на новите формати на вечерно токшоу, които не са наблюдавани на българския телевизионен пазар в сравнение с първия изследователски период, разяснява оригиналността на проектите в контекст на продукция от местно значение.

Глава четвърта: Развлекателна политика и политическо развлечение

Разработката признава необходимостта от оразличаване на формите и типовете политически хумор, изследва ефектите върху публиката от гледането на политически шеги и комедийни скетчове и факторите, които въздействат за оценяването на политическите кандидати, които се появяват във вечерното токшоу. Вечерното токшоу става все по-разпространено и по-политическо. Проучването илюстрира как българското „Вечерно шоу на Слави Трифонов“ по ТВ 7/8 потвърждава това, което много политици и политически стратегии вече са усетили – докато изследователите се фокусират върху ограниченията за това какви шеги могат да се правят, потреблението на политически хумор имплицитно или експлицитно може да павира пътя на самотната публична фигура на водещия на вечерно токшоу към политическа партия и парламентарни избори.

Като цяло, наблюденията в монографията покриват над 20-годишен период на практики на телевизионно продуцентство и реализация на формата на вечерното токшоу в България.

Проучването се стреми да разреши важен академичен въпрос в журналистическата теория: доколко структурата на творческия инструментариум на вечерното токшоу допринася за нагласи на възприемане у публиката към стила на авангардната комедия и таблоидната журналистика. Новостите имат също практическо приложение в модерното късно вечерно програмиране.

Монографичният труд оптимизира генерални теоретични обобщения, изводи и професионални заключения за телевизионния жанр токшоу, систематизира и очертава конкретни наблюдения от историческия обзор и практическата реализация на вечерното токшоу като специфично телевизионно произведение с форматна структура. Проведените емпирични изследвания легитимират медийни практики, телевизионен опит и специфики на телевизионната среда в глобален и локален мащаб, които благоприятстват, повлияват и проектират развитието на вечерното токшоу.

Методологичната рамка на монографията идентифицира и теоретизира разбиране за ера на развитие на вечерното токшоу по критерии на изведени исторически периоди, професионално влияние на предавания и водещи, развитие на сценично-скетчовата култура в телевизионната програма и развлекателни сегменти, обособяване на късен вечерен праймтайм.

2. **MONOGRAPH.** VASSILEVA, Maya. *The Late Night Talk Show Era: Late Night Talk Show Production for Digital Platforms.* Sofia: Sofia University Press “St. Kliment Ohridski”, 2021. ISBN: 978-954-07-5188-7.

The talk show has been disseminated as a highly influential media phenomenon in popular broadcast all around the world since it became a syndicated television genre in 1960s. Scholarly research in recent years comprises theoretical studies about its essence of highly confrontational discursive subject of culture to basic studio debate program to adapt the audience participation and sustainably it is modified as a politically and morally controversial form of entertainment. Historical surveys display that the talk show originated as a modern Anglo-Saxon institution and emerged and flourished from an interactive radio talk to a modern update of women’s issues daytime talk show format, popularized by Oprah Winfrey from 1984, and incrementally, has been gradually exported to the U.K and to several European countries. Talk shows debate programs occurred in Europe in 1980’s and have gained a great importance. To some extent, these audience-oriented mediatized events of talk are primarily public contributions and voices of freedom in advanced Central and East-European democracies.

The long-running talk show program in American late-night television is the tonight show format - generally orientated to the host’s personal profile and geared to public debate, but nightly topical entertainment with a pop-culture focus. The late night talk show format has been remarkably consistent throughout its history in varying ways to identify and distinguish broadening boundaries for discussion topics from contemporary political issues to social or moral problems and categories of participants in terms of social and popularity status. Methodologically, the historical and descriptive approaches systemized the process of origin, development and global dissemination of talks show television productions. In a historical perspective revision of talk show programming tracks three distinctive decades of talk show genre transformations.

“The Late Night Talk Show Era” monograph presents a comprehensive scholar theoretical and academic research of late-night television amplified by different approaches and comparative studies of local productions - the author has availed of the methodological apparatus of content analysis and achieved renewal and resolved results and conclusions. The book consists of four main chapters as a destination for learning about reconsideration of comedy programs as an evolving notion between news and entertainment.

Chapter 1. The Genre Identification of the Late Night Talk Show

This first chapter of the monograph focuses on the very challenging task to define talk shows as rapidly changing mediatized forms of talk and display characteristic features of talk show programs noted in academic assumptions as distinctive and conventional. After briefly exploring the varying ways in which scholars identify and distinguish the hybrid television show, the study concentrates on the author’s research analytical efforts to suggest new working definitions of talk show format, late night talks show format and late night talks show concept. Research stances examining talk show programs as performance and production in broadcasting cover both professionals’ ordinary views and other authors’ contributions to theoretical framework. Systematic selections of programs and monitoring key features of the talk show emerge in a new kind of talk show formats’ exemplary typology. Constructive roles of the late night talk show’s matrix and creative instruments structure of the late night talk show are closely interconnected with the creative potential of the late night talk show host – presented and illustrated alongside their specifics and thoroughly depending on the personality of the talk show host. Working definitions for the creative instruments structure and the creative potential of the host in the late-night scholar studies demonstrate that the academic interest in the field has gained some new reveals to grow to exponentially new levels.

In many ways resembling a variety show, the late night talk show matrix structure combines a nightly monologue by the host, comedy sketches, musical guests, and celebrity interviews, all permeated by the signature style and persona of the show's host. Each host brought his own strengths and talents to the show – one was known primarily as a gifted comedian with improvisational and musical skills or is praised more for his skills as a conversationalist, another brought a completely different tone and style, returning show to comic roots – the so called popular phrase “the king of the late night” has appeared to distinguish presenters who have become one of the most-beloved figures in American television history during near a 30-year tenure.

Chapter 2. The American Late Night Talk Show Era

The American late night talk show era historically defines the contours of traditionally packaged professional standards and assumptions of television practice, maintained business relevance in challenging comedy in the late-night prime time and generally reflected upon journalistic community topics, conventions and values of the public debate discourse. Overall, theoretical framing of how enduring late night talk show era indicated periods of programming and television personalities of great influence and impact on the audience throughout about 70-years of history of the talk show genre. The same specific theoretical frame presents three distinguished generations of late night talk show hosts with significant achievements in American television sphere and global contribution.

The popular slogan “The Road to the White House Run Through Letterman”, related to self-deprecating humor, has become more likely to identify late-night comedy as a source of political information. The “Golden Generation” of the late night talk show hosts has achieved unprecedented levels of audience ratings and audience involvement. Every beginning stand-up comedian knows that Jay Leno, David Letterman, Jon Stewart and Craig Ferguson have legitimated comedy and introduced a new culturally bound agenda in politics, personal expression and entertainment fused together. On the basis of monologue targeting, political humor effect and treating late-night comedy shows as a news source, these considerably powered television anchors patronized talk show environment with no lacking in entertainment value. Late-night talks shows were being produced within larger and larger corporate systems of production and distribution. Very analytical and fiercely competitive in their comedy routines and series of jokes, David Letterman and Jay Leno showed a clash of distinctive personalities and master satirists refining, rather than redefining, the late night talk show format with sometimes controversial twists. To truly understand the art of the “Golden Generation” of the late night talk show hosts you must look the man behind the desk. Next generation of successors puts vigor comedic flair to the sturdy of the late night talk show format. James Corden, Jimmy Kimmel, Trevor Noah and Samantha Bee burned their ways to the top of American TV with considerable talents, energetic and inventive broadcasts that shine on every stage and stand out in the late night space. In the line of famous late night comedians they are performers that created a cutting-edge comedy factory with shows resonating across multiple platforms. The multiple digital platforms have become the new dominant form of entertainment and the generation of young comics is committed to adding real diversity in late-night entertainment by transforming traditional television late night talk show to short viral content forms, available via multiple avenues. Scattering the onscreen stereotypes, they face entertainment future in streaming services.

Chapter 3. The Bulgarian Late Night Talk Show Era

This book chapter presents the methodologically designed research, final results and new findings, based on the local market. In fact, the exposure proceeds comparing measure features of concept, creative instruments structure, host personality driven comedy between five local productions of late night talk show, broadcasted in parallel during the periods 09.2009-09.2010 and 27.01.2020-30.06.2020. Content analysis of "The Slavi's Show", "The

Show of Ivan and Andrei" and "The Night Show with Azis" in competitive broadcasting environment during research period from 09.2009 to 09.2010 comprises registered and measured components of total 196 registration forms, illustrated by generalized infographic figures. Content analysis of "The Show of Nikolaos Citiridis" and "The Evening Show of Slavi Trifonov" during research period from 27.01.2020 to 30.06.2020 empirically tracks and compares media and creative achievements of new late night talk show productions to relevant world models and previous similar Bulgarian productions. For the fixed research period, a total amount of 96 episodes of the programs "The Show of Nikolaos Citiridis"(bTV) and 111 episodes of "The Evening Show of Slavi Trifonov"(7/8 TV) has been registered and summarized – the data from the registration forms is also presented in detailed analysis and infographics. The research analysis differentiates general characteristics and specifics of the new format shows of evening talk shows, not observed on the Bulgarian television market compared to the first research period, and clarifies original projects in the context of locally significant productions.

Chapter 4. Entertainment Policy and Political Entertainment

The work recognizes the necessity of differing forms and types of political humor, examining the effects that political jokes and sketch comedy viewing have on public opinion and factors that affect how political candidates, appearing on late night programs, have been evaluated. Late night talk has become more prevalent and more political. The study illustrates how Bulgarian "The Evening Show of Slavi Trifonov" on 7/8 TV confirms what many politicians and political strategists have already sensed - while scholars focus on limitations to what types of jokes can be made, political humor consumption either implicitly or explicitly may pave the way for the lonely public figure of the late night host to a political party and parliament campaign election.

In general, the observations in the monograph cover a 20-year period of television production practices and format realization of the late night talk show in Bulgaria.

The research aims at solving an important academic issue for journalistic theory: to what extent the creative instruments structure of the evening talk show contributes to receptive attitudes of audiences in the style of cutting-edge comedy and tabloid journalism. The findings also have practical implications for modern late night television.

The monographic work optimizes general theoretical summaries, conclusions and professional conclusions for the television talk show genre, systematizes and outlines specific observations from the historical overview and practical implementation of the evening talk show as a specific television work with a format structure. The empirical research conducted legitimizes media practices, television experiences, and special characteristics of the television environment on a global and local scale that favor, influence, and design the development of the evening talk show.

Methodologically, the monograph's framework identifies and theorizes an understanding of an era of development of the evening talk show by criteria of inferred historical periods, the professional influence of shows and presenters, the development of stage-sketch culture in the television program and entertainment segments, the individualization of late evening prime time.

II. ГЛАВА ОТ КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФИЯ

3. VASSILEVA, Maya. A Comparative Rhetorical Analysis of Six American Presidential Inaugural Address Speeches – Models of Political Leader's Messages in the 21st Century. В: Реторика и комуникации през 21.век: теории, методи, практики. София: Институт по реторика и комуникации, 2021, сс. 113-149. ISBN: 978-619-91989-2-6

Тази глава от колективната монография представя сравнение между моделите на реторическо структуриране на речите по встъпване в длъжност на шест американски президенти, които са публично произнесени от Джордж Буш(20.01.2001; 20.01.2005), Барак Обама(20.01.2009; 21.01.2013); Доналд Тръмп и Джоузеф Байдън(20.01.2021). Реторическият анализ се осъществява чрез сравнение на различни нива на структурните елементи на тези важни официални речи на основата на историческа ситуация, комуникационен контекст, политически послания, постигнати цели, жанрови черти на речите, апели и аргументация, реторически фигури и умения на оратора да говори публично. Методите и дизайна на изследването включват различни подходи – от академичен обзор до формиране на дискурси и риторически ситуации на политическо публично говорене. През първите две десетилетия на 21. век и в началото на 2021 г. президентските речи по встъпване в длъжност се превръщат в силни речеви инструменти в света на съвременната комуникация поради това, че представят послания до милиони хора на политическо, социални и лично ниво. Критичният дискурсивен анализ, който се основава на неразделими репутационен имидж и стратегии на политическата комуникация, е част от по-широк анализ на тези шест отделни и последователни в реда на произнасяне президентски речи.

Значимостта и релевантността на темата стъпва върху това как способността и потенциалът на обществената власт могат да се разгърнат върху всеобхватни измерения на национални каузи, ценности и присъщи послания на лидерите и като цяло се появяват в няколко дисциплини: политическа реторика, лингвистика, политическа комуникация и литературна критика. Корпусът обхваща текстовете на шест речи за встъпване в длъжност на американски президенти и други свързани източници, събрани в рамка на изследователска перспектива, за да отговорят на целта на изследването. Като обект на настоящото изследване, статията се фокусира върху шест различни речи на американски президенти, произнесени на церемония по встъпване в длъжност. Предметът на изследване в рамките на извадката компилира стратегия и елементи на политическа реторика, комуникационен контекст, структура, езикова система на лидерските послания на президентите, които са били произнесени. Някои граници и ограничения в дизайна на изследването се рамкират в историческия период на провеждане на церемониите по встъпване в длъжност – през първите две десетилетия на 21. век, изследователски възможности и теоретична прагматика, приложени в аналитичния дискурс. Основна характеристика на анализа засяга модела на убеждаване, използван в речите при встъпване в длъжност на президента чрез използване на силни реторически техники, създаване на емоционални и визуални послания, изразяване на чувства и идеи, които обединяват хората заедно около национална кауза. Качественият анализ е организиран така, че да постави акцент върху някои характеристики на речите от перспективата на политическото говорене на специални публични събития, както и прилики и различия между президентите по отношение на изразявани идеи и езика, който използват, за да предадат посланията си.

Настоящото проучване предполага, че тези шест знаменателни политически речи имат глобално въздействие, което цели да предизвика духа на нацията във времена на несигурност, уязвимост на демокрацията и служба на свободата на човека. Речите представляват значителен принос към реторическото наследство, демонстрират модели на политическо комуникация, реторическа оценка на демокрацията и медийно поведение.

3. VASSILEVA, Maya. A Comparative Rhetorical Analysis of Six American Presidential Inaugural Address Speeches – Models of Political Leader’s Messages in the 21st Century. In: *Rhetoric and Communications During 21st Century: theories, methods, practices*. Publisher: Rhetoric and Communications Institute, Sofia, 2021, pages:113-149. ISBN: 978-619-91989-2-6

This collective monograph chapter article presents comparative rhetorical structure models of six American Presidential Inaugural Address Speeches, delivered by George W. Bush (20.01.2001; 20.01.2005), Barack Obama (20.01.2009; 21.01.2013); Donald Trump (20.01.2017), and Joseph R. Biden (20.01.2021). A rhetorical analysis is done comparing on different levels structure elements of these important official statement speeches on the grounds of the historical situation and communication context, political messages and goals achieved, genre features of inaugural addresses, appeals, and argumentation, rhetorical figures, and orators’ speaking skills. The methods and study design include diverse approaches from academic review surveys to form discourses and rhetorical situations of political public speaking. During the first two decades of the 21st century and at the beginning of 2021 presidential inaugural addresses have become strong public speech instruments in the world of modern communication for the sake of presenting appeals to millions of people on political, social, and personal levels. A critical discourse analysis, based on inseparable reputation image and political communication strategies, is part of the broader analysis of these six separate and consequent inaugural address speeches.

The significance and relevance of the topic are based on how public power capability and potential may deploy on comprehensive dimensions of national causes, values, and inherent leaders’ messages and thoroughly appear in several disciplines: political rhetoric, linguistics, political communication, literary criticism. The corpus comprises the texts of six American inaugural address speeches and other related sources, gathered in the frame of interdisciplinary perspective meaning to answer the objective of the study. As an object of the current study, this paper focuses on six different presidential inaugural address speeches. The subject of the study within the scope of this sample compiles strategy and elements of political rhetoric, communication context, structure, and language system of the presidential leaders’ messages that have been delivered. Some limitations and constraints in the study design are framed in the historical period of the inaugural address speech ceremonies being held during the first two decades of the 21st century, research options and theoretical pragmatics, used in the analytical discourse. A major feature of the analysis impacts the model of persuasion used in presidential inaugural address speeches by using powerful rhetorical techniques, creating emotional and visual messages, expressing feelings and ideas that bring people together around a national cause. The paper will carry out a qualitative and quantitative analysis of the six presidential inaugural address speeches. The qualitative analysis is designed to highlight some characteristics of the inaugural speeches from the perspective of formal political speaking on special public events as well as similarities and differences between presidents in terms of the expressed ideas and the language they deploy to deliver their messages. The quantitative analysis will give some statistical account of the message meanings, language expressions, and words used.

The current study hypothesizes that these six prominent political speeches have a global impact that aims to invoke the nation’s spirit in times of uncertainty, democracy vulnerability, and service to human freedom. The speeches are a significant contribution to rhetorical heritage, demonstrating models of political communication, rhetorical appraisal of democracy, and media behavior.

III. СТУДИЯ

4. ВАСИЛЕВА, Мая. Телевизията – трансформация в глобално дигитално забавление. В: Медиите на 21. век. [online]. 31.01.2019, ISSN: 1315-3794.

Бъдещето на медиите в ерата на дезинформацията включва всички посредници, на които бихме се доверили- традиционните медии, социалните медии или телекомуникационните гиганти... Глобалният медия бизнес очевидно показва, че традиционното гледане на телевизия намалява, особено сред милениум поколението. Видео потреблението нараства, подхранвано от общото повишаване на онлайн видео потреблението, конкретно мобилните услуги и видео по поръчка. Потребителите гледат съдържание често в съчетание с други форми на забавление – т.нар. multitasking – гледане и ползване на няколко програми едновременно. Ето защо, световните телевизионни корпорации инвестират много в стрийминг услуги и оригинално съдържание- такива онлайн продукти и брандове, които да предоставят адекватно на очакванията на публиката дигитално съдържание – истории и съпреживяване. Всички тези аспекти в оформянето на бъдещето на медиите водят до т.нар. конвергенция между аудиовизуални и телекомуникационни индустрии. Предизвикателствата пред телевизионния пазар в България следват подобни глобални тенденции. Новите медийни компании, които се очаква да се установят на местно ниво, би следвало да развиват услуги, които да свързват потребителите със съдържание през няколко екрана – в движение, вкъщи, онлайн, офлайн, чрез телевизионна програма или каталог по заявка – т.нар. линейна или нелинейна услуга. Бъдещето на местните медии се нуждае от много по-задълбочено размишление, което да преминава през публичния контрол, политическите въпроси от типа на “горещ картоф” и свободния избор на потребителите.

Настоящата студия проследява и анализира специфични процеси и тенденции на трансформация на съвременната аудиовизуална среда и конкретно мястото на традиционната телевизия в корпоративната политика на големи медийни групи спрямо възможностите за разпространение на телевизионната продукция и продуцирани проекти в онлайн пространството. Изложението се стреми да обхване съществени промени в сферата на телевизионния бизнес, които илюстрират и допълват основни тези относно бъдещото развитие на телевизията от конвенционална медия към дигитална платформа с разнообразие от услуги, жанрове и интерактивни продукти за заинтересовани сегментирани публики. Обект на изследване са актуални процеси и тенденции на съвременна медийна среда и световния телевизионен бизнес във връзка с наблюдаваната в първото десетилетие на 21. век поредица от сделки на основата на медийна конвергенция – сливане между технологични гиганти, телеком компании и медийни организации с лидерски позиции в производството на оригинално съдържание. Ефектите на взаимодействие в изграждането на съвместен бизнес модел на компаниите, които създават съдържанието и тези, които го разпространяват, имат глобално и локално значение. Предмет на изследване е бъдещето на телевизията- концептуализиране на телевизията като неконвенционална медия - като дигитална платформа или достъпен каталог в онлайн пространството за лицензирано и оригинално съдържание; като инструментариум от услуги за отложено гледане; като конвергентен бизнес модел на телевизионната корпорация. Основен акцент се поставя върху аудиовизуалната продукция, която се третира на пазара като оригинално съдържание, уеб продукции, онлайн съдържание.

Методологията на изследването комбинира многофакторен анализ на протичащи съвременни процеси и тенденции в сферата на телевизионния бизнес на глобално и

локално ниво. Подходът на сравнителен анализ на прилагани корпоративни бизнес модели и стратегии за управление на медийни организации. Хронологичният подход проследява етапи на медийна конвергенция на местни пазари. Дескриптивният метод обхваща нагласите на потребителските публики и влиянието им върху формите на съдържание и технологичното им разпространение. Извеждането на тези, хипотези и професионални виждания за бъдещето на телевизията се осъществяват чрез комплексен подход.

Цели:

1. Да се установят общи пазарни процеси и произлизащите от тях тенденции на развитие на телевизионния бизнес, както и връзките на корпоративно влияние на глобално опериращите корпорации спрямо телевизионни групи с пазарни позиции на местно ниво;
2. Да се изведе тезата за бъдещето на телевизията като разнообразие от услуги и съдържание – практическото значение на метафорите “телевизия на четири екрана” и “телевизията в джоба ни”;
3. Да се развие терминологичен апарат – обяснения за оригинално съдържание, уеб и ексклузивно съдържание.

Задачи:

1. Прецизна преценка и представяне на актуална картина на постиженията и проблемите на телевизионния пазар в България;
2. Подробен сравнителен анализ на бизнес моделите на водещите технологични компании, които оперират като медия на пазара за видео съдържание и видове услуги за онлайн разпространение и потребление;
3. Анализ и оценка на развитие на дигиталните сегменти на българските телевизионни групи спрямо европейски представени подразделения на глобални компании;

Настоящото изложение се фокусира върху теоретичната обосновка на следната основна теза: в световен мащаб телевизията започва да изглежда като дигитална платформа– медийно съдържание, което ще се доставя чрез онлайн каталог навсякъде и по всяко време и този начин на разпространение на аудиовизуално съдържание ще доминира над традиционния начин на гледане на телевизионна програма. Бъдещето на телевизията като дигитален бизнес се определя от нарастващия брой потребители на видео съдържание за сметка на зрителите пред телевизионния екран, повишаване на инвестициите в дигитална реклама и услуги на платено съдържание.

4. VASSILEVA, Maya. Television – Transformation into Global Digital Entertainer. In: NewMedia21.eu. [online]. 30.01.2019, ISSN 1314-3794

Shaping the future of media in this era of disinformation involves all intermediaries that we should trust – established media companies, social media or telecommunications giants... The global media business environment apparently shows that traditional linear viewing is decreasing, particularly among millennial audiences. Video consumption is increasing fuelled by the rise of online video in general, and mobile and on-demand video in particular. Consumers watch the content often in combination with other entertainment – so-called multitasking. That is why, global television corporations invest heavily in streaming services and original content – such as online products and brands that deliver the most relevant digital storytelling experiences. All these facets of shaping the future of media result in so-called

convergence between audio-visual and telecommunications industries. Challenges to the television market in Bulgaria follow similar global trends. New media companies, expected to establish a business in a local area, should develop services connecting consumers with the content through multiple screens in the home and on the move, online and offline, scheduled and on demand. Shaping the future of local media needs much more deep contemplation, going through public scrutiny, “hot-button” political issues and consumers’ free choice.

The current paper tracks and analyses specific processes and trends of transformation of the modern audio-visual environment and particularly the place of traditional television in the corporate management policy of large media groups in relation to the possibilities of television production distribution and produced online projects. The exposure aims to comprise the significant changes in the field of the television business, that illustrate and add basic theses regarding the future development of television from conventional media to a digital platform with a variety of services, genres and interactive products for interested segmented audiences. The research object combines current processes and trends of the modern media environment and global television business in connection with the series of media deals, observed in the first decade of the 21st century based on media convergence – merging processes of technological giants, telecom companies, and media organizations with leadership positions in the original content production. The interaction effects in the consolidation of a joint business model of the companies that create the content and those, who distribute it, have global and local significance. The research subject is the future of television – the concept of television as an unconventional media – as a digital platform or an accessible online catalog for licensed and original; as a collection of video-on-demand services; as a converged business model of television corporation. A major emphasis is placed on audio-visual production, which is recognized on the market as original content, web productions, and online content.

The research methodology combines a multi-factor analysis of ongoing modern processes and trends in the field of television business on a global and local level. An approach of comparative analysis of applied corporate business models and management strategies of media organizations is outlined. The chronological approach traces stages of media convergence in local markets. The descriptive method covers the consumer audiences attitudes and their influence on content forms and their technological distribution. The outlines theses, hypotheses and professional views on the future of television are carried out through a complex approach.

The work focuses on some regular goals:

- To explain general market processes and the resulting trends in the television business development, as well as the relationships of corporate influence of globally operating companies in relation to television groups with market positions at the local level;
- To present the theses about the television future as a variety of services and content – the practical understanding of the metaphors “television on four screens” and “the television in your pocket”;
- To create a terminology apparatus – explanations of original content, web and exclusive content.

The tasks of the work can be presented as follows:

- An accurate assessment and presentation of an up-to-date condition of the achievements and issues of the Bulgarian television market;

- A detailed comparative analysis of business models of the leading technology companies that operate as media in the video content market and types of services for online distribution and consumption;
- Analysis and evaluation of the development of the digital segments of the Bulgarian television groups compared to European representative divisions of global companies.

This study focuses on the theoretical framework of the following main thesis: globally television is starting to look like a digital platform - a media content that will be delivered through an online catalog anywhere and anytime, and this way of distributing audio-visual content will dominate the traditional way of watching a television program. The future of television as a digital business is determined by the growing number of users of video content at the expense of viewers in front of the TV screen, increasing investment in digital advertising and paid content services.

IV. СТАТИИ В СПИСАНИЯ

5. ВАСИЛЕВА, Мая. Модел на политическа комуникация на речта по встъпване в длъжност на избрания американски президент Джоузеф Р. Байдън. В: Реторика и комуникации, брой 48, юли 2021, сс. 51-63. ISSN: 1314-4464

В рамките на тази статия политическата комуникация, като институционален дискурс на Съединените американски щати чрез администрацията на офиса на Белия дом и новоизбрания президент, се характеризира като инструмент за въздействие и влияние, основан на общонационални ценности. Речта при встъпването в длъжност на президента се разглежда като модел на политическо публично говорене, което посочва значима тема – великата и силна метафора „Обединена Америка“, структурирана от комуникативни тактики, като видни исторически действия, крилати фрази на изтъкнати оратори, сакрална символизация. Новоизбраният президент Джоузеф Р. Байдън положи клетва като 46-я президент на Америка в особена комуникативна ситуация – без неговия предшественик да присъства на официалната церемония, като цяло ограничения на посещаемостта на живо поради коронавируса пандемията и при строги мерки за сигурност след безпрецедентното нападение над Капитолия. Задълбоченото проучване на политическата реторика относно важния социален основен призив „Обединена Америка“ разглежда значението на събитието, подкрепено от трима бивши президенти, десетки официални представители и няколко холивудски знаменитости. Церемонията по встъпването в длъжност на президента през 2021 г. е структурирана на три основни комуникационни нива – знаменателна политическа реч в исторически момент, пищни изпълнения по откриването и уникален виртуален сегмент – рядък съвместен видеоклип, записан от бившите президенти Бил Клинтън, Джордж Буш-младши и Барак Обама, с послание за „поддържане на демокрацията и придържане към гражданска ангажираност“. Хипотезата е, че вербалната реторика на този тип речи, както визуални, така и виртуални изпълнения и паради, конституират националност, призовават националния дух и демонстрират модел на политическа комуникация за това как да се обяснят ценностите в неудобни и бурни времена. Това проучване има за цел да разкрие по какъв начин специфичния американски модел на политическа комуникация във времена на разделяща несигурност постига безпрецедентни нива на участие на публиката, въпреки обстоятелствата на коронавируса. Въз основа на материала на

въстъпителната реч на Джоузеф Р. Байдън, произнесена на 20 януари 2021 г., политическата комуникация консолидира демокрацията като трайна поради факта, че в тази специална политическа реторика думата „демокрация“ е била използвана повече пъти, отколкото при всяка друга реч за инаугурация в историята на САЩ. Като модел на политическо говорене в контекста на необходимите политически комуникационни цели, особената тема на речта по различни начини разширява убеждаващото въздействие, за да стимулира промяна.

5. VASSILEVA, Maya. A Political Communication Model of the Inaugural Address Speech of President-Elect Joseph R. Biden. In: *Rhetoric and Communications*, Issue: 48, July 2021, pages:51-63. ISSN: 1314-4464

In the frame of this article, political communication as an instrument of the institutional discourse of the United States of America through the White House Office administration and the President -elect is characterized as an instrument of impact and influence, based on nationwide national values. The presidential inaugural address speech is considered as a model of political public speaking that indicates significant subject – the great and strong metaphor “America United”, structured by such communicative tactics as prominent historical acts, distinguished orators speech phrases, sacral symbolization. President-elect-Joseph R. Biden was sworn as the 46th president of America in a particular communication situation – with no predecessor attending the inauguration ceremony, as a whole sparse crowd attendance because of coronavirus pandemic and under tight security after an unprecedented assault on the Capitol. The in-depth study of political rhetoric about crucial social “America United” main appeal considers the significance of the event supported by three former presidents, dozens of official representatives and several Hollywood celebrities. The 2021 inauguration ceremony was structured on three primary communication levels – the sample of prominent political speech in a historic moment, the flamboyance inauguration performances, and the unique virtual segment – a rare joint video, recorded by former presidents Bill Clinton, George W. Bush, and Barack Obama with delivering a message of “upholding democracy and staying civically engaged”. The hypothesis is that the verbal rhetoric of an inauguration address as well as visual and virtual performances and parades constitute nationhood, invoke the national spirit, and demonstrate a model of political communication of how to explain values in embarrassing and turbulent times. This study aims to reveal how a specific American model of political communication in times of divisible uncertainty has achieved unprecedented levels of audience involvement despite coronavirus circumstances. On the material of the inaugural speech of Joseph R. Biden, delivered on January 20, 2021, political communication consolidates democracy as enduring because of the fact by this special political rhetoric the word “democracy” has been used more times than in any other inauguration speech in the U.S. history. As a model of political public speaking in the context of necessary political communication purposes, the very unique inaugural address speech topic in various ways expands persuasive impact to spur a change.

6. ВАСИЛЕВА, Мая. Световните телевизионни формати – комуникация на универсални ценности. В: Медиите на 21.век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 30.07.2021. ISSN: 1314-3794.

Адаптирането на телевизионен формат е все по-влиятелна практика в цял свят. Адаптираните глобални формати са интересни, защото се явяват продукти на глобализацията от една страна, но в същото време често остават силно локализиран продукт. Тази статия разкрива значението, което придобива форматното телевизионно съдържание, предимствата, които имат форматите за телевизиите и продуцентите, и в противоположен смисъл, когато става дума за международна телевизия, форматите двусмислено се посочват като комуникация на ценности, но и масово опосредствана и комерсиална монокултура с висока степен на тривиалност и вулгарност. Феноменът на формата повдига уместни въпроси и изтъква важни проблеми, свързани с въвеждането на силно интернационализирани жанрове по подобие на американските и западноевропейски културни въздействия върху възприятията на национални публики.

Методологията на проучването обхваща сравнителен анализ на предавания от световни и български продуцентски практики, многофакторен анализ на примери, обстоятелства и тенденции на развитие на пазара на световните форматни предавания с глобално и локално влияние. Приложен дескриптивен подход спрямо подбрани примери от медийна практика на адаптация на форматни предавания. Целта е да се постигне балансирана аналитична преценка на положително и негативно влияние на световни форматни предавания и наличието на универсални ценности.

6. VASSILEVA, Maya. Global Television Formats – Communication of Universal Values. In: In: NewMedia21.eu. [online]. 30.07.2021, ISSN 1314-3794

Television format adaptation is an increasingly influential practice all over the world. Global formats adaptations are interesting because they are products of globalization on one hand, but at the same time, they often remain very localized products on the other. This article reveals the significance formatted television content has attained, the advantages formats have for broadcasters and producers, and on the contrary, when it comes to international television, formats are ambiguously indicated as communication of values, but also mass-mediated and commercialized monoculture with a high degree of trivialization, standardization, and vulgarity. The format phenomenon does raise relevant questions and put forward important problems concerning the introduction of highly internationalized genres similar to American and Western cultural impacts on national audience reception.

The study methodology compiles a comparative analysis of global and Bulgarian productions, and a multi-factor analysis of diverse examples, circumstances, and tendencies of formats' market development with global and local influence. The descriptive approach upon selected cases of media practice and format adaptation is applied. The study aims to present a balanced assessment of the positive and negative impact of global format productions and the consolidation of universal values.

7. ВАСИЛЕВА, Мая. Фалшивите новини като реторическо средство. В: Реторика и комуникации, юли 2019, брой 40, сс. 66-73. ISSN: 1314-4464

Преднамереността в създаването на фалшиви новини е централно значение на много академични дефиниции и трябва да се обмисля. Фалшивите новини не са добре дефинирано понятие и все още актуалните подходи и дефиниции не остават едноизмерими. Честата употреба на термина за политически цели в последно време се превърна в етикет за дискредитиране на легитимните новинарски медии. Етикетирането на мейнстрийм медия дискурсите като фалшиви новини в реторически аспект означава съмнение в определена история и е следващата стъпка към подкопаване на доверието в информацията и също така разклаща доверието в медийната система като цяло. В контекстуализираната рамка на статията фалшивите новини се представят като популярен и политизиран израз в широкия спектър от несигурна информация, ако приемем, че идентифицират неточни новинарски материали. Ако същият вид информация е умишлено изфабрикувана, в академичните среди и в журналистическата практика общото популяризиране на термина варира от дезинформация до пропагандна война. По комплексни причини на нарастващата употреба на термина, влиянието на технологичния прогрес, провала на световното лидерство, фактическата измама и т.н., феноменът на фалшивите новини не е важен поради несигурната дефиниция, но поради факта, че се е превърнал в многостранна концепция. Разглеждат се няколко аспекта на потенциалното значение на термина – обхватът на диференциация между несигурна информация и дезинформация, фалшиви новини и сатирично-развлекателно ориентирани формати и политизираните измерения на термина. В контекста на медиатизирания свят, основаващ се на масова онлайн самоинициативна комуникация, тази статия поднася известна осветляване на разбирането за фалшиви новини, които се обозначават като реторически инструмент. Методологическата рамка очертава преглед и компилиране на различни академични публикации, теоретични тези и онлайн източници. Постига се аналитично изследване на медийни практики. Целта на статията е да представи теоретична основа за очертаване на дебата за фалшивите новини. Един от най-важните теоретични аспекти на измерения на термина за фалшиви новини определено произтича от технологичния прогрес и използването на приложение за фалшиви новини, което прави възможно манипулативното взаимодействие в аудио-визуалните продукти. Тезата на автора, че фалшивите новини изпълняват ролята на реторическо средство, се разглежда като резултат от медиен емпиричен експеримент – използва се технологичен инструмент за манипулиране на възприятието и фалшифициране на действителността. Носителят на Оскар, режисьорът Джордан Пийл показва на публиката как работят „дълбоките новини“ – изкуствен интелект може да прехвърли прости изражения на лицето и движения на очите и устата от един човек към визуалния образ на друга личност. По този провокативен начин BuzzFeed показва колко опасно могат да изглеждат фалшивите новини, ако се превърнат в мейнстрийм в политическите кампании, например. В резултат на това се потвърждава тезата – фалшивите новини посяват семена на съмнение и това се отразява пагубно на дигиталната медийна среда.

7. VASSILEVA, Maya. Fake News as a Rhetorical Device. In: Rhetoric and Communications, July 2019, Issue: 40, pages: 66-73. ISSN: 1314-4464

Intentionality in fake news production is a central meaning to many academic definitions and needs to be considered. Fake news is not a well-defined concept and still the current approaches and definitions are not unidimensional. Frequent use of the term for political purposes in recent times has become a label to discredit legacy news media. Labeling mainstream media discourses as fake news in a rhetorical facet means a doubt on a certain story and is the next step further to undermining trust in information and also shaking trust in the media system as a whole. In the contextualized framework of the article, fake news is presented as a popularized and politicized expression in the wide spectrum of misinformation if we assume it identifies inaccurate news pieces. If the same kind of information is intentionally fabricated, among academics and in journalism practice general popularization of the term ranging from disinformation to propaganda warfare is perceived. For the complex reason of term inflationary use, the influence of technological progress, world leadership failure, facticity deceit, and so on..., the phenomenon of fake news is not prominent for the uncertain definition, but for the fact that it has become a multifaceted concept. Several aspects of the potential meaning of the term are examined – the scope of differentiation between misinformation and disinformation, fake news in satire-entertainment-oriented formats, and politicized term dimensions. In the context of the mediatized world based on mass self-communication online, this paper brings some light to the notion of fake news being denoted as a rhetorical device. The methodology framework outlines reviewing and compiling a variety of academic publications, theoretical theses, and online sources. Analytical research on media practices is achieved. The goal of this paper is to offer theoretical background to frame the fake news debate. One of the most important theoretical facets of fake news term dimensions comes out definitely from technological progress and using the fake app makes possible a manipulative iteration in audio-visual products. The author's thesis that fake news performs as a rhetorical device is considered as a result of a media empirical case – using a technological tool for manipulating perception and falsifying reality. The Oscar-winning filmmaker Jordan Peele shows the audience how deep fake works – artificial intelligence can transfer simple facial expressions and eyes and mouth movements from one person to the visual image of another personality. In this provocative way, BuzzFeed demonstrated how dangerously fake news could look if become mainstream in political campaigning, for example. As result, the thesis is confirmed- fake news sows seeds of doubt and that affects the digital media environment harmfully.

8. ВАСИЛЕВА, Мая. Теория за постистината. Идентификация и ограничаване на фалшивите новини. В: Медии и комуникации на 21.век, Т: 2, бр. 1, 2018, сс. 91-97. ISSN: 2603-3801(Online), ISSN: 2603-3089(Print)

Настоящата статия представя теоретични и изследователски аспекти на медийните взаимовръзки между феномените постистина, фалшиви новини, популистки изявления и употребата на алтернативни факти в политическата комуникация. Изследването прилага сравнителен анализ на тези понятия и анализира илюстративни примери от медийната среда, в които термините оперират в един и същ дискурс. Основният фокус е върху две ключови академични емпирични изследвания, чиито теоретични и емпирични научни подходи насочват към основната теза на статията – постистината и фалшивите новини създават емоционален контекст на възприемане на

информацията и че това е основата, на която потребителите и избирателите формират своето поведение, реакции, разбирания и виждания. Предмет на теоретичното изследване без претенции за изчерпателност в рамките на научното съчинение са мястото и употребата на постистината, фалшивите новини, алтернативните факти в политическите новини, посланията и изявленията на политически лица. Маркира се хипотеза за увеличащото въздействие на постистината и алтернативните факти върху електоралните нагласи в изборни процеси. Цел на изследването е да се представи примерно обяснение по какъв начин постистината, фалшивите новини и алтернативните факти успяват да постигнат убеждаващо въздействие. Основна задача е да се опишат и анализират примери от медийната практика и научноприложното поле на изследване, които имат илюстративен характер и доказват влиянието на изброените явления.

Методологичната рамка се оформя от приложен дескриптивен подход спрямо примери от медийната практика. Осъществен е сравнителен анализ на дифузното разпространение и употреба на постистина, алтернативни факти и фалшиви новини.

Като основни заключения, статията отбелязва конструирането на постистинна действителност се случва не само по причина дефицит на критични рефлексии на публиката, а и поради ниски показатели за развитието на медийната и политическата среда – фактори, които имат своето комплексно и различно въздействие в страните от Централна и Източна Европа. Пред изборния процес в демократичните държави стоят сериозни предизвикателства. Най-важната поука за Стария континент след победата на Доналд Тръмп в Америка е да се изработят адекватни политики, които да ограничат възможността фалшификаторите да влияят върху резултатите от изборите.

8. VASSILEVA, Maya. The Theory of Post-Truth. Identification and Limitation of Fake News. In: 21st Century Media and Communications, Vol: 2, 2018, pp.91-97. ISSN: 2603-3801(Online), ISSN: 2603-3089(Print)

The paper presents the theoretical and research aspects of media interrelations among the phenomena of post-truth, fake news, populist statements, and the use of alternative facts in political communication. The study deploys a comparative analysis of these concepts and analyzes illustrative examples from the media environment in which the terms operate in the same information discourse. The main focus is on two key academic empirical studies whose theoretical and empirical scholarly approaches point to the main thesis of this paper – that post-truth and fake news create an emotional context of information perception and that this is the basis on which consumers and voters shape their behavior, reactions, understandings and views. The study theoretical subject without the intentions to fully cover the topic within the same framework is the place and use of post-truth, fake news, alternative facts in political news, messages and statements of political figures. A hypothesis is highlighted concerning the great impact of post-truth and alternative facts on electoral attitudes and election processes. The study aims is to provide an exemplary explanation of how post-truth, fake news and alternative facts manage to achieve persuasive impact. The main task is to describe and analyze examples from the media practice and the scientific field of research, which have an illustrative character and prove the influence of the mentioned phenomena.

The methodological framework is shaped by an applied descriptive approach to examples from media practice. A comparative analysis of the diffuse spread and use of post-truth, alternative facts and fake news was carried out.

As basic conclusions, the paper points out that the construction of post-truth reality occurs not only due to a lack of audience critical reflexes, but also due to low indicators of the

development of the media and political environment – factors that have their complex and different impact in the countries of Central and Eastern Europe. The most important clue for Europe after the victory of Donald Trump in America is to develop adequate policies to limit the possibility of falsifiers influencing the election results.

9. ВАСИЛЕВА, Мая. Пътят до лъжата – фалшивите новини и постистината. В: Медиите на 21.век: онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 07.09.2014.ISSN:1314-3794

Статията се фокусира върху въпроси, свързани с информацията и комуникацията на дигиталните технологии и социалното им отражение. Теоретичната рамка обхваща възхода на дигиталните медии и намаляващата сила на традиционните медии. Феноменът на фалшивите новини е глобален и отслабва доверието в медиите. Терминът „фалшиви новини“ първоначално е бил използван за обозначаване на истории, които са били изцяло измислени, до голяма степен с цел да надхитрят алгоритъма на социалните мрежи, за да достигнат до по-голяма онлайн аудитория и да генерират повече рекламни приходи. Настоящата работа се опитва да опише основния проблем, свързан с онлайн информацията – тенденцията „фалшивите новини“ да се превърнат във всеобхватен термин, който означава всичко, което не ни харесва да четем.

Днес феноменът на фалшивите новини еволюира значително. Проучването идентифицира бизнес модел на функциониране на фалшиви новини поради икономически интерес, който стимулира нарастващия им обем на разпространение и производство и силата на убеждаване, докато четете онлайн. Хипотезата е, че зад епидемията от фалшиви новини може да се разпознае или самотен потребител, или корпоративен интерес на технологични гиганти, докато се премине към конкретни пазари на индустриална и политическа манипулация. Фалшивите новини атакуват дигиталната природа на легалните новинарски медии. Като процес на търсене и представяне на конструктивни решения, обсъждането на експертния дебат в отделни параграфи изгражда политики за предотвратяване и цялостна борба с негативния ефект на фалшивите новини. Научната концепция доказва основната идея на старата поговорка за феномена фалшиви новини – лъжата може да обиколи половината свят, докато истината се обува обувките.

9. VASSILEVA, Maya. The Way to Lie – False News and Post-Truth. In: NewMedia21.eu. [online]. 07.09.2014, ISSN 1314-3794

The article focuses on issues related to information and communication of digital technologies and their social implications. The theoretical framework covers the rise of digital media and the decline of traditional media. “Fake news” phenomenon is global and weakening trust in media. The term “fake news” has originally been used to refer to stories that were entirely fabricated, largely for the purposes of tricking social media’s algorithm to reach a larger online audience and generate more advertising revenues. Recently there is a “fundamental problem that “fake news” became a catch-all term to mean anything that we don’t particularly like to read. The work tries to describe the fundamental issue concerning online information – the trend that “fake news” became a catch-all term to mean anything that we don’t particularly like to read.

Today the phenomenon of fake news has evolved significantly. The study has identified a business model of fake news functioning because of economical interest that stimulate its growing distribution volume and production and power of persuasion while reading online. The hypothesis is that behind the fake news epidemic either a lonely consumer or corporate interest of technological giants could be recognized till pass to particular markets of industrial and political manipulation. Fake news attacks the digital nature of legal news media. As a process of seeking and presenting constructive solutions, discussing expert debate in separate paragraphs builds policies for preventing and thoroughly combating fake news negative effect. The scientific concept proves the main idea of the old proverb about the fake news phenomenon – a lie can travel halfway around the world while the truth is putting on its shoes.

V. СТАТИИ В КОЛЕКТИВНИ ТОМОВЕ

10. ВАСИЛЕВА, Мая, Божидар Николов. Телевизията – трансформация в глобално дигитално забавление. В: Годишник на Софийския университет, ФЖМК, Т: 25, 2018, сс.153-176. ISSN: 1311-4883

Статията включва две части – първата е обособена теоретична рамка, представя авторско концептуално виждане на Мая Василева за телевизията като глобална дигитална платформа. Бъдещето на телевизията като дигитален бизнес се определя от нарастващия брой потребители на видео съдържание в конкуренция на доминиращия брой зрители пред телевизионния екран в някои държави. Световните тенденции за бъдещето на телевизията се повлияват от покачващата се прогнозна стойност на съдържанието което се произвежда, разпространява и потребява чрез технологичните гиганти, социалните мрежи и потребителските навици. На локалните пазари, подобно на българския, тези тенденции се наблюдават благодарение на търговското присъствие на големи инвестиционни компании в сферите на телекомуникации и медии. Предмет на изследване на тази първа част от статията е темата за предизвикателствата пред българския телевизионен пазар – теоретичен аспект на изследване в областта на телевизията, който произлиза от пазарните процеси на развитие – корпоративни бизнес модели и технологична конвергенция между медии и телекомуникации. Основно наблюдение за основателността на тезата за бъдещето на телевизията като дигитална платформа е огромното значение на бизнес възможностите за големите корпорации да създават и дистрибуцират съдържание през различни дигитални пластове – през платформи, услуги за отложено гледане, чрез мобилни услуги. В България двата частни национални оператора показват конкурентен потенциал и нови инвестиции във взаимодействието между медийно съдържание и телекомуникации. Авторът отбелязва, че следващия етап в посока на превръщането на телевизията в глобална платформа е креативната и технологична инвестиция в ексклузивно уеб съдържание за онлайн потребление. Навлизането в България на две големи американски корпорации чрез собствеността на двата частни национални оператора е решаващо и повлиява разбирането на потребителските публики за същността и развитието на онлайн съдържанието. Корпоративните политики на двете медии въвеждат в българските подразделения практики, решения и модели на дигиталното продължение на произведеното за основните телевизионните канали съдържание. Няколко години българските зрители наблюдават движението на едно и също съдържание от носещата

медия към нишови канали и платформи за платен или свободен достъп. Въпрос на изследователско усилие и многофакторен анализ да се докаже доколко двете частни национални телевизии формират пазарно поведение на дигитална платформа – увеличават онлайн продукцията, производство на ново оригинално съдържание, основават продуцентски компании за дигитални производство и услуги. Сравнителният анализ и комплексен подход на проучване на корпоративните модели на двете медии показва, че промяната на телевизионния пазар в България е в ход. Емпиричната рамка във втората част, представена от Божидар Николов, представя български пример на организацията на работа, производство и продукти на продуцентска компания за дигитално съдържание.

10. VASSILEVA, Maya, Bozhidar Nikolov. Television - Transformation into Global Digital Entertainer. In: Annual of Sofia University “St. Kliment Ohridski”, Faculty of Journalism and Mass Communication, Volume 25, 2018, pp.153-176. ISSN: 1311-4883

The article consists of two main parts – the first one is the theoretical frame, which presents the author’s conceptual view of Maya Vassileva concerning television transformation into a global digital entertainment platform. The television future as a digital business depends on the rising number of consumers of video content in direct competition with the dominant television broadcast watching audience in several countries. The global trends of television future development are very influential by the rising predictable value of content that is produced, distributed, and consumed in the field of technological giants, social media and consumers’ attitudes. In local markets, similar to Bulgarian one, these tendencies could be noted due to the commercial presence of giant investment companies in the field of telecommunications and media. The subject of the study in this first part of the article structure is the topic about the challenges of the Bulgarian television market in the years ahead – a theoretical aspect in the television sphere that is conducted by both corporate business models and technological convergence between media and telecommunications companies. The basic observation about the validity of the thesis about the television’s future transformation into a global digital entertainer is the huge significance of global corporations’ business possibilities to create and distribute content via diverse digital avenues – platforms, services, OTT, via mobile services. Bulgarian two private national broadcasters demonstrate competitive potential and new investments in the interrelation between media content and telecommunications. The author insists that the next step forward for the transformation of television into a digital entertainer is the creative and technological investment in the exclusive web content of online consumption. The market invasion of two global American corporations on the Bulgarian local market by property of the two private television channels is a decisive action and influences the understanding of the consumer audience about the online content essence and development. The corporate policies of the two media companies implicate the digital extension of television broadcast production. For several years Bulgarian television audience has watched the same content via broadcast to niche channels and digital platforms of paid or free access. It is a matter of research effort and multifactor analysis to be proved to what extent the two private channels operate as digital platforms – increase online production, produce new original content, and establish production companies for digital content production, distribution, and services. The comparative and complex approach of research on the two private channels’ corporate models shows that a change in the Bulgarian television market is on the way. The empirical frame in the second part of the same article, written by my young researcher Bozhidar Nikolov, presents a Bulgarian example of work organization, production, and products of a local digital production company.

11. ВАСИЛЕВА, Мая. Новото вечерно токшоу – развлечение на различни платформи. В: Качествена журналистика и нова комуникационна среда. Publisher: FJMC, SU “St. Kliment Ohridski”, 2021, pp. 447-459. ISBN: 978-619-7567-07-6.

Множеството дигитални платформи се превърнаха в новата услуга за развлечение, която предоставя приобщаващо съдържание на мултикултурна аудитория. Статията представя теоретичен и емпиричен пример за проучване на традиционните телевизионни вечерни токшоута и уеб продукции от същия жанр и форматна структура, които също включват оригинално съдържание за зрителите. Новото вечерно токшоу се ангажира да добави истинско разнообразие към забавлението, като разпръсне стереотипите на екрана и преработи старите разкази, така че младите поколения от различни нации да могат да видят себе си в кратки вирусни форми на съдържание, достъпни чрез множество устройства. Като предмет на изследване, работата посочва разнообразието от излъчвани вечерни токшоу програми и като нови продукции в каталога на дигиталните платформи. Целта на статията е чрез комплексна методология да очертае характеристиките и спецификата на късното вечерно време в сравнително композиционна рамка на световната и българската телевизионна производствена практика. Задачата на работата е да илюстрира и докаже екранното присъствие на новото вечерно токшоу и неговите отделни сегменти в интензивен обмен на платформи за споделяне.

Основната теза се фокусира върху новите вечерни токшоу продукции, които могат да играят значителна роля в стрийминг в разнообразно развлекателно бъдеще. Теоретичната рамка разкрива интелектуалния и развлекателен заряд на предаванията в късен вечерен праймтайм. Изпълнителското развлечение се основава на комедийни традиции и медийна реалност. Съществено е да се отбележи, че изследването представя вечерното токшоу като специфичен жанр, аудио-визуален комерсиален продукт, който е запазена марка за остроумната интерпретация като продължение на новините с доза качествен хумор. Теоретичният анализ произлиза от професионална преценка на актуални примери от световната телевизионна практика, преценка на продуцентски практики на американската комедийна традиция, реле-вантно съпоставими стандарти на производство на продукции на вечерно токшоу в световен мащаб и експертно-академични постановки във връзка с темата. Емпиричното изследване се фокусира върху постигане на сравнителни резултати от контент анализ на обобщени данни на проучване на развитието на творческия инструментариум на българското вечерно токшоу в периоди на пазарна конкуренция на текущи продукции. Вечерното токшоу е многопластово телевизионно развлечение с компонентни на творческия инструментариум с приложим интердисциплинарен подход на изследване.

- 11.VASSILEVA, Maya. The New Late -Night Talk Show – An Entertainment on Multiple Digital Platforms. In: Quality Journalism and a New Communication Environment. Publisher: FJMC, SU “St. Kliment Ohridski”, 2021, pp. 447-459. ISBN: 978-619-7567-07-6.

The multiple digital platforms have become the new service of entertainment to bring inclusive content to a multicultural audience. The article presents a theoretical and empirical survey example on traditional television late-night talk shows and web productions of the same genre and format structure that also feature original content for viewers. The new late-night talk show is committed to adding real diversity to entertainment by scattering the onscreen stereotypes and rescripting the old narratives, so that young generations across nations can see themselves in short viral content forms, available via multiple avenues. As a survey subject,

the work points out the variety of late-night talk show programs on broadcast and as new productions in the catalog of digital platforms. The goal of the paper is through a complex methodology to outline characteristics and specifics of the late-night in a comparative compositional framework of the global and Bulgarian television production practice. The task of the work is to illustrate and prove the screen presence of the new late-night talk show and its individual segments in an intense exchange of sharing platforms.

The main thesis focuses on the new late-night talk show productions that may play a significant role in streaming into diverse entertainment future. The theoretical framework reveals the intellectual and entertainment charge of late-night prime-time shows. Performance entertainment is based on comedy traditions and media reality. It is essential to note that the study presents the late-night talk show as a specific genre, an audio-visual commercial product that is trademarked for witty interpretation as an extension segment of the news with a dose of quality humour. The theoretical analysis derives from a professional evaluation of current examples from world television practice, accurate insights into production practices of the American comedy tradition, relevantly comparable production standards of late-night talk show productions worldwide, and expert-academic productions in relation to the topic. The empirical study focuses on achieving comparative results of content analysis of aggregated data concerning the development of the creative tools of the Bulgarian late-night talk show in periods of market competition of current productions. The late-night talk show is multi-segmented television entertainment with components of the creative instruments structure with an applicable interdisciplinary research approach.

12. ВАСИЛЕВА, Мая. Световните телевизионни формати – комуникация на универсални ценности. В: Комуникациите на XXI век – Иновации, предизвикателства, тенденции. Съст.: Николай Михайлов. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2021, сс.119-130. ISBN: 978-954-07-5396-6.

Статията разкрива картина на актуална търговска среда за световни формати. В подобна теоретична рамка авторът представя проблеми, предизвикателства и съдържателни характеристики на световните форматни предавания, които комуникират универсални ценности, по-често положително, но понякога в местни адаптации, стойностите претърпяват отрицателни промени и показват, че универсалните ценности са трудно постижими. Световните форматни предавания представляват лицензирано комерсиално съдържание, което се създава и разпространява в световните телевизионни мрежи по инициатива на частни продуцентски компании. На конкретни национални пазари от Централна и Източна Европа, включително и България, световните форматни предавания играят важна роля в конкуренцията между обществената и частните телевизионни оператори. Реализацията на редица разпознаваеми продукции като „Биг Брадър“, „Сървайвър“, „Стани богат“, „Мюзик Айдъл“ и „Денсинг Старс“ включва местния пазар на телевизионно производство в обсега на европейската аудио-визуална среда чрез международната собственост на локални телевизионни корпорации, въвеждане и изискване за най-нови професионални производствени стандарти. Теоретичното изследване проследява имплементацията на световен продуцентски опит и практика в местни адаптации на световни формати, но и търси да покаже местен принос към универсалните формули на успех и гледаемост на харесвани в цял свят продукции.

12.VASSILEVA, Maya. Global Television Formats-Communication of Universal Values. In: Communications during 21st Century – Innovations, Challenges and Tendencies. Editor: Nikolai Mihailov. Sofia: Unipress “St. Kliment Ohridski”, 2021, pp. 119-130. ISBN: 978-954-07-5396-6.

The article reveals a picture of the current trading environment for global format productions. In such a theoretical framework, the author presents issues, challenges, and content characteristics of global format productions that communicate universal values, more often positive, but sometimes in local adaptations, values undergo negative changes and show that universal values are difficult to achieve. Global format productions are licensed commercial content that is created and distributed on global television networks at the initiative of private production companies. In specific national markets from Central and Eastern Europe, including Bulgaria, global format productions play an important role in the competition between public and private television operators. The realization of a number of recognizable productions such as "Big Brother", "Survivor", "Who Wants to be a Millionaire", "Music Idol" and "Dancing Stars" includes the local television production market within the reach of the European audiovisual environment through the international ownership of local television corporations, introducing and demanding the latest professional production standards. The theoretical study traces the implementation of global production experience and practice in local adaptations of global formats but also seeks to show local contributions to the universal formulas of success and viewership of worldwide popular productions.

13. VASSILEVA, Maya. Digital Television- The Near Era of Bundled Streamers. In: Communication Management: Theory and Practice in the 21st Century – 12th Central and Eastern European and Communication Conference CEECOM 2019. Publisher: FJMC, SU “St. Kliment Ohridski”, 2020, pp. 273-281. ISSN(print): Print ISBN: 13:978-69-7567-03-8. ISSN(online): E-ISBN:13:978-619-7567-04-5.

Global television corporations approach ongoing transformation from traditional broadcasters into leading global digital entertainers and it is a natural evolution as consumer behaviors change. Demand for content is what drives consumption on all platforms – linear and OTT(over-the-top media service, offered directly to viewers via Internet) alike. Online video consumption rises every year and is soon set to be 50% mobile, as well as 50% on-demand. The key battle between leading global digital entertainers and streaming dominators, as usual, will be well-observed in the US market. This paper aims to track and analyze several mature trends in the global media market that in particular influence the future development of audio-visual production, media environment, and a paradigm-shifting thesis on what is television nowadays as an evolving notion. Streaming services will further strengthen marketplace positions in competitive interaction with traditional, cable, and satellite television. Across international markets, it is observed an unprecedented number of content creation sources, distribution platforms, and consumption channels, and as a result, more video viewing time in total. The methodology framework is based on reviewing and compiling a variety of academic publications, theoretical theses, and existing industry research reports and studies on media and viewership measurements. The work deploys the thesis that the era of abundance of digital genre choices has happened as a result of consumers’ behavior change – new consumer generations immerse in so-called multitasking experience – watching the content often in combination with other entertainment. The study highlights how OTT has moved from a niche category into the main way consumers of nearly all ages interact with video content today. Subscribers of streaming services frankly declared that the movie library is the most attractive

aspect of free or paid provided original content. The basic statement of the following exposure concerns new notions for current television transformation in terms of the rapidly evolving video ecosystem and mobile video as the primary driver of digital video. In this complemented media market with the effect of digital and streaming dominant actions, on one side, there will still be the audience that switches the television on to see the programming that somebody else chooses for them, and on the other side of the argument, a consumer would like to get on-demand with streaming and, as a whole, fierce competition among more and more platforms in which television will always have a place and logically the content will win. It is an obvious trend that average OTT consumers use their mobile devices. In this complemented media market with the effect of digital and streaming dominant actions, on one side, there will still be the audience that switches the television on to see the programming that somebody else chooses for them, and on the other side of the argument, consumer would like to get on demand with streaming and, as a whole, fierce competition among more and more platforms in which television will always have a place and logically the content will win. As a whole, OTT market share trend analysis reveals that the launch of new services has started to impact the platform demand share of the existing players. Bundled TV service is a new technological advance that makes OTT's formidable growth path. A key conclusion of reviewing expert and representative reports is derived from a new research perspective: bundled streaming is a new stage for commercial pluralism – fulfilled system that many media people around the world can be involved in. Media consumption and new arrays of original programming will increase companies' investments and give professional opportunities for the whole creative community- for both individual creators and big independent producers, also local leading teams, in developing production across all genres. On a global scale for an industry worth, first there was Netflix, then we had Amazon Prime Video, later appeared Hulu and over the coming few months several big new streaming services will drop from expanding of Apple, Disney, NBC Universal and Warner Media. Despite its obvious leadership in terms of original content production, Netflix is already feeling the pressure from the upcoming new players. Streaming services will have achieved its unstated goal of becoming a “replacement” for traditional, cable and satellite television. It is a matter of precise prediction, based on price policy and business establishment, how serious consumers will get about bundling. In dynamic digital societies bundling has already started as consumers will not want to subscribe to dozens of “Video on Demand” services separately. Digital streaming platforms will seek to bundle and sell a package of internet-delivered content. Media convergence also reveals potential for bundling streaming services and gains a deeper and broader understanding of what makes audiences tick.

13.VASSILEVA, Maya. Digital Television- The Near Era of Bundled Streamers. In: Communication Management: Theory and Practice in the 21st Century – 12th Central and Eastern European and Communication Conference CEECOM 2019. Publisher: FJMC, SU “St. Kliment Ohridski”, 2020, pp. 273-281. ISSN(print): Print ISBN: 13:978-69-7567-03-8. ISSN(online): E-ISBN:13:978-619-7567-04-5.

Глобалните телевизионни корпорации подхождат към текущата трансформация от традиционни разпространители към водещи дигитални платформи за развлечение и това е естествена еволюция, тъй като поведението на потребителите се променя. Търсенето на съдържание е това, което движи потреблението на всички платформи – както линейни, така и нелинейни(медийна услуга, която се предоставя директно на зрителите чрез интернет). Онлайн видео потреблението нараства всяка година и скоро се очаква да бъде 50% мобилно потребление, както и 50% видео по поръчка. Ключовата битка между водещите дигитални платформи за развлекателно съдържание и

доминиращите стрийминг лидери, както обикновено, ще бъде добре наблюдавана на американския пазар. Тази статия цели да проследи и анализира няколко назряващи тенденции на глобалния медиен пазар, които особено повлияват бъдещето развитие на аудио-визуалната продукция, медийната среда и тезата за смяната на парадигмата за това какво е телевизията в днешно време като развиващо се понятие. Стрийминг услугите допълнително ще укрепят позициите си на пазара в конкурентно взаимодействие с традиционната телевизия, кабелната и сателитна услуга. На международните пазари се наблюдава безпрецедентен брой източници за създаване на съдържание, платформи за разпространение и канали за потребление, и в резултат на това, много повече общо време за гледане на видео. Методологическата рамка се основава на преглед и компилиране на различни академични публикации, теоретични постановки и съществуващи доклади от изследвания на индустрия и проучвания на медии и измервания на гледаемост. Работата разгръща тезата, че ерата на изобилие от избор на дигитални жанрове се случва в резултат на промяна в поведението на потребителите – новите поколения потребители се потопяват в т.нар. комбиниране на преживяване на няколко екрана – гледане на съдържание в комбинация и едновременно. Проучването осветлява по какъв начин услугите за отложено гледане израстват от нишова категория в основен начин, по който потребители от почти всички възрасти взаимодействат с видео съдържание днес. Абонатите на стрийминг услуги открито заявяват, че библиотеката с филми е най-атрактивният аспект от безплатното или платено предоставяне на съдържание. Основното заявление на изложението засяга новите идеи за настоящата трансформация на телевизията по отношение на бързо развиващата се видео екосистема и видео през мобилни услуги като основен двигател на дигиталното видео. В този усложнен медиен пазар с ефекта на доминиране на дигиталните и стрийминг действия, от една страна, все още ще има зрители, които включват телевизора, за да гледат програмата, която някой друг е избрал за тях, а от другата страна на спора, потребителят би искал да получи услуга за отложено гледане със стрийминг, и като цяло, жестока конкуренция между все повече платформи, в които телевизията винаги ще има място и логично съдържанието ще печели. Като цяло, анализът на тенденциите на пазарния дял на услугите за отложено гледане разкрива, че пускането на нови услуги започва да оказва влияние върху дела на търсенето на услугите на платформите между съществуващите играчи. Комбинираната пакетна телевизионна услуга е нов технологичен напредък, който полага страхотен път на растеж на услугите за отложено гледане. Ключово заключение от прегледа на експертни и представителни доклади се извлича от нова изследователска перспектива – групираният стрийминг(пакетните услуги) е нов етап за търговски плурализъм – завършена система, в която могат да се включат много медийни хора по света. Потреблението на медии и новите масиви от оригинално програмиране ще увеличат инвестициите на компаниите и ще предоставят професионални възможности за цялата креативна общност – както за отделни създатели и големи независими продуценти, също така и за местни водещи екипи, в разработването на продукция във всички жанрове. В глобален мащаб стойност в индустрията първо имаше Netflix, след това Amazon Prime Video, по-късно се появи платформата Hulu и през следващите няколко месеца няколко големи стрийминг услуги ще отпаднат от разширяването на Apple, Disney, NBC Universal и Warner Media. В противовес на очевидното си лидерство по отношение на производство на оригинално съдържание, Netflix вече усеща напрежение от задаващите се нови играчи. Въпрос на прецизна прогноза, базирана на ценова политика и установяване на бизнеса, е колко сериозно потребителите ще се отнасят към пакетните услуги. В динамичните цифрови общества групирането вече е започнало, тъй като потребителите няма да искат да се абонираат за десетки услуги „видео по заявка“ отделно. Дигиталните платформи за

стрийминг услуги ще се стремят да обединяват и продават пакет от доставено по интернет съдържание. Медийната конвергенция също така разкрива потенциал за групиране на услуги за стрийминг и придобива по-задълбочено и по-широко разбиране за това какво сплотява публиката.

14. ВАСИЛЕВА, Мая. Медиите в България: 30 години по-късно-консумирай телевизия. В: Медиите в България: 30 години по-късно(Национална Научнопрактическа конференция). Съст.: Райна Николова, Катерина Йочева. София: НБУ, 2020, сс. 125-130. ISBN: 978-619-233-143-6.

Статията акцентира върху два аспекта на развитието на пазара, които ще повлияят на местните тенденции за телевизионно производство и собственост. 30 години демократични промени в България са прословут период, в който интересите в гледането на телевизия и разпознаването на потребителите са дефинирани в един концентриран пазар. Публикацията осъществява кратък обзор на най-важните промени в посочената историческа перспектива. Методологическата рамка поставя концентриран фокус върху либерализацията на телевизионното производство чрез исторически, дескриптивен и селективен подход на примери, обстоятелства и предизвикателства в сферата на телевизията и медиите в България. Основна теза е, че три десетилетия демократично развитие в страната са индикативен период за консолидацията на „четвъртата власт“. Предстои да се работи върху съвременен медиен закон в областта на дигиталните медии, който за задава добра основа за журналистическата информация, конкурентност на произвежданото местно съдържание и икономически напредък на медийните компании. В тази посока на разсъждение авторът отбелязва необходимостта от колективна отговорност като съвкупност от политическа воля, независима експертиза и защитен граждански интерес при третирането на продукта на медиите като публична стойност. Двата ракурса от развитието на телевизионната среда в България се отнасят до търговски и потребителски промени в локален телевизионен пазар, диференциране на аудитории с различни възможности за гледане на съдържание, пазарна инвазия на големи телевизионни корпорации чрез собствеността на двете частни национални телевизии модернизират модела на българската телевизия по пазарен начин. Обикновено приносът на международните инвестиционни компании, които придобиват българска медийна собственост, се състои в привнасянето на проверени и работещи на други пазари медийни бизнес модели, организация на работа и внедряване на иновационни технологии, професионални стандарти и правила, които повишават нивото на професионалната среда. Сериозна динамика в контекста на продуцирането на големи праймтаймови проекти претърпяват отношенията между управлението на телевизиите и местните продуцентски компании. По отношение на новини, развлекателно съдържание, телевизионно програмиране, преходният период на демократични промени осигурява среда за гигантски стъпки на напредък за това как трябва да изглежда телевизионния продукт, така че България да има място на аудио-визуалната карта в Европа. Анализът отбелязва редица проблемни теми като мястото на политическата намеса в журналистиката и медиите чрез различни механизми, пазарни условия за частни предприемачество при тенденция на дигитализиране на съдържанието, поведение и модел на българската телевизия в система от глобални операции. В резултат на редица промени понятието за телевизия ще се модернизират и либерализират според актуални пазарни тенденции.

14. VASSILEVA, Maya. The Media in Bulgaria: 30 Years Later – You Consume Television. In: The Media in Bulgaria: 30 Years Later (National Scientific-Applied Conference). Editors: Raina Nikolova, Katerina Yocheva. Publisher: New Bulgarian University, 2020, pp. 125-130. ISBN: 978-619-233-143-6.

The article emphasizes two market development facets that will influence local trends for television production and ownership. 30 years of democratic changes in Bulgaria is a notorious period that interests in television watching and consumer recognition have been defined in a cluttered marketplace. The publication provides a brief overview of the most important changes in the indicated historical perspective. The methodological framework places a concentrated focus on the liberalization of television production through a historical, descriptive, and selective approach to examples, circumstances, and challenges in the sphere of television and media in Bulgaria. The main thesis is that three decades of democratic changes in the country are an indicative period for the consolidation of the "The Fourth Estate". The work is pending on a modern media law in the field of digital media, which would establish a good foundation for journalistic information, the competitiveness of locally produced content, and the economic progress of media companies. In this line of thinking, the author notes the need for collective responsibility as a combination of political will, independent expertise, and protected civil interest in treating the media product as a public value. The two perspectives of the development of the television environment in Bulgaria refer to commercial and consumer changes in the local television market, differentiation of audiences with different possibilities for watching content, and market invasion of large television corporations through the ownership of the two private national television companies, modernizing the model of Bulgarian television in a market way. Usually, the contribution of international investment companies that acquire Bulgarian media property consists in bringing proven media business models that work in other markets, and corporate organizations and implementing innovative technologies, professional standards, and rules that raise the level of the professional environment. Serious dynamics in the context of the production of large prime-time projects are experienced by the relations between the management of television stations and local production companies. In terms of news, entertainment content, and television programming, the transition period of democratic changes provides an environment for giant steps forward in what the television product should look like so that Bulgaria has a place on the audio-visual map in Europe. The analysis notes a number of problematic issues such as the place of political intervention in journalism and the media through various mechanisms, market conditions for private entrepreneurship in the context of the trend of content's digitalization, behavior and the model of Bulgarian television in a system of global operations. As a result of a number of changes, the concept of television will be modernized and liberalized according to current market trends.

15. ВАСИЛЕВА, Мая. Корпоративно влияние на Modern Times Group върху българската група NOVA Broadcasting Group. В: Медии и журналистика – професионалните стандарти между властта и парите – Ефективен мениджмънт на независима медия. Съст. Бисер Златанов, 2019. София: ФЖМК, сс. 127-135. ISBN: 978-619-7567-00-7.

Тази статия обхваща стратегически тенденции на корпоративно влияние на "Modern Times Group" върху българската медийна група "NOVA Broadcasting Group" – фокусиран дигитален бизнес модел с тенденция да се трансформира от канал за

традиционна телевизия в платформа за дигитално развлечение и услуги за отложено гледане с разнообразие от телевизионни продукции, уеб форми и оригинално съдържание – много спорт, сериали, филми, риалити шоу програми и новинарски продукции. Обявеното придобиване на “NOVA Broadcasting Group” от чешкия инвестиционен фонд PPF е местен пример за т.нар. глобална тенденция на сближаване между аудио-визуалните и телекомуникационни индустрии. Като бренд на MTG, “NOVA Broadcasting Group” има водещ бизнес модел с всеобхватен потенциал за дигитална трансформация. Теоретичното изследване цели да представи един аналитичен бизнес поглед към телевизионния пазар в България през 2018г., която е годината на решаващи промени от локално значение. Това е годината на отправна точка, когато двете частни национални телевизии сменят собствеността си точно преди 10 години и тя минава под управлението на две големи американски корпорации. Очаквано новите промени се свързват с продажбата на същите две частни национални телевизии с установен нов бизнес модел. Десетилетията се оказват знаменателни за мениджмънта на двете компании и чрез смяната на собствеността настъпват промени в корпоративните управленски политики. Основна теза на работата е, че корпоративното влияние на американската корпорация “Modern Times Group” със скандинавски мениджмънт и операции в Европа има принос за мултимедийното, технологично и иновативно структуриране на българската група с диверсифицирано портфолио от услуги и съдържание. Българският модел на дигитална трансформация се осъществява по линия на корпоративното влияние на главната компания. За съжаление, изтеглянето на голямата корпорация MTG от България е в резултат на недобри показатели спрямо темпа на развитие на скандинавските пазари, където компанията бележи успех. Скандинавската компания се освобождава от собственост в България на три пъти-понишка цена от първоначалната инвестиция и това се случва в резултат на бавен ръст на рекламния пазар у нас, характеристики на локален пазар като специфична демографска статистика, покупателни възможности на населението и доминиращо традиционно гледане на телевизия за цялата страна – в отдалечени географски райони на държавата телевизията е единствен начин за забавление.

15.VASSILEVA, Maya. The Corporate Influence of Modern Times Group on the Bulgarian Media Company NOVA Broadcasting Group. In: Media and Journalism – the professional standards between power and money – The Effective Management of an Independent Media. Editor: Biser Zlatanov, 2019. Publisher: Faculty of Journalism and Mass Communication, Sofia, pp. 127-135. ISBN: 978-619-7567-00-7.

The article comprises strategic trends of Modern Times Group’s corporate influence on Bulgaria’s “Nova Broadcasting Group” – a focused digital business model, inclined to be transformed from a basic traditional broadcaster to digital entertainment “over the top” Internet media services with a variety of television productions and web forms and original content – lots of sport, TV series, films, reality shows, and news programs. The announced acquisition of “NOVA Broadcasting Group” by the Czech PPF Investment Fund is a local example of a so-called global trend of convergence between the audio-visual and telecommunications industries. As a brand of MTG, “NOVA Broadcasting Group” has a leading business model with a comprehensive potential for digital transformation. The theoretical study aims to present an analytical business view of the television market in Bulgaria in 2018, which is the year of decisive changes of local importance. This is the year of the starting point, when the two private national broadcasters changed ownership exactly 10 years ago, and it passes under the management of two large American corporations. As expected, the new changes are related to the sale of the same two private national televisions with a new business model established.

The decades proved to be significant for the management of both companies and through the change of ownership came changes in corporate management policies. The main thesis of the work is that the corporate influence of the American corporation "Modern Times Group" with Scandinavian management and operations in Europe contributes to the multimedia, technological and innovative structuring of the Bulgarian group with a diversified portfolio of services and content. The Bulgarian model of digital transformation is implemented through the corporate influence of the main company. Unfortunately, as the large corporation MTG left Bulgaria, it is a result of bad indicators compared to the pace of development in the Scandinavian markets, where the company is successful. The Scandinavian company gets rid of property in Bulgaria at three times lower price than the initial investment and this happens as a result of the slow growth of the advertising market in our country, characteristics of the local market such as specific demographic statistics, purchasing capabilities of the population and dominant traditional nationwide television viewing – in distant geographical areas of the country, television is the only way of entertainment.

16. ВАСИЛЕВА, Мая. Реторика и фалшиви новини. В: Реториката в съвременното общество. Сборник с доклади от конференция по реторика, 27-28.09.2017 г. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2019, сс. 168-177. ISBN: 978-954-07-4591-6

Статията резюмира дебатираните въпроси на реториката в нашето информационно съвремие. Фалшивите новини са актуален проблем на медиите и съвременното общество. Феноменът на фалшивите новини се разпространи глобално и продължава да намалява стойността на истината в медиите. Оказа се, че публиката, държавните институции и медийния бизнес не са подготвени да противодействат.

В информационната действителност темата за фалшивите новини придоби широка популярност след надпреварата за Белия дом. Медийният пробив на лъжите създаде още една ниша за политиците да се упражняват в постистинно говорене – микс от популизъм, политейнмънт, дезинформация, пропаганда, модели на поведение и публични речи на политици като за шоу програми, подмяна на журналистически стандарти и телевизионни реклами. “Брекзит” и Доналд Тръмп са триумф на медийното инженерство не без помощта на подходящите реторика и стратегическа кампания. Анализът на реторически ситуации, модели и изразяване при политиците и през призмата на образа на американския президент Доналд Тръмп се опитва да даде отговор как възникват и се разпространяват фалшивите новини. Популярни примери на фалшиви новини биват прочетени през реторически конструкти. Селекцията на примери демонстрира връзката между политическа аргументация, реторика и фалшиви новини. Реториката на Доналд Тръмп с характеристиките на негова личност формират неговия специфичен ролеви модел на поведение като президент на реторическите похвати и невербална комуникация.

16. VASSILEVA, Maya. Rhetoric and Fake News. In: Rhetoric in Contemporary Society. Contribution Proceedings of Rhetoric Conference at Sofia University “St. Kliment Ohridski”, 27-28.09.2017. Publisher: Unipress “St. Kliment Ohridski”, 2019, pp. 168-177. ISBN: 978-954-07-4591-6

The article summarizes debate issues of rhetoric in our information age. Fake news is a current problem in the media and modern society. The phenomenon of fake news has spread globally and continues to diminish the value of truth in the media. It turned out that the public, state institutions, and the media business were not prepared to fight back. In information reality,

the topic of fake news has gained widespread popularity since the candidate president's campaign for the White House. The media breakthrough of lies has created another niche for politicians to practice post-truth speaking - a mix of populism, poly-entertainment, disinformation, propaganda, models of behaviour, and politicians' public speeches such as talk shows, changing journalistic standards, and TV commercials. "Brexit" and Donald Trump are a triumph of media engineering not without the help of the appropriate rhetoric and strategic campaign. The analysis of rhetorical situations, role models and expression in politicians and through the prism of the image of the American President Donald Trump tries to give an answer to how fake news originates and spreads. Popular examples of fake news are presented through rhetorical constructs. The selection of examples demonstrates the relationship between political argumentation, rhetoric and fake news. Donald Trump's rhetoric with his personality characteristics shape his specific role model of behaviour as a president of rhetorical skills and non-verbal communication.

VI. РЕЦЕНЗИИ

17. ПЕШЕВА, Маргарита. Вечерното токшоу в „ерата“ на Слави Трифонов. В: Медиите на 21.век: онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 16.05.2021.ISSN:1314-3794

Тази рецензия на книгата „ерата на вечерното токшоу: Продуциране на вечерно токшоу за онлайн платформи“ от името на проф. Маргарита Пешева е структурирана в отделни параграфи, които целят да покажат достойнствата на изследването от различни аспекти. С увода, озаглавен „Играта на случая“ се показва редкия шанс едно научно изследване да се появи в момент на пълно съвпадение със социални и политически обстоятелства в България. Теоретичният модел на българското вечерно токшоу на практика среща актуална политическа реализация в ролята на водещия и екипа на вечерното токшоу с най-дълъг телевизионен живот у нас. В параграф „научна актуалност“ е отбелязано, че за разлика от многобройните изследвания в световен мащаб на вечерното токшоу, тази монография е първото цялостно и задълбочено научно изследване на телевизионното токшоу в българската медийна теория. Проучването обхваща историята на вечерното токшоу, творческия инструментариум, професионалната оправданост на решения в практиката на реализация на подобни предавания, приноси моменти на българските продукции. Българското вечерно токшоу показва и доказва своето място в телевизионното програмиране чрез телевизионни битка и конкуренция между различни образци, колкото популярни, толкова и не много задържали се на екран. Научният анализ подчертава ролята на водещия на вечерното токшоу, която предопределя и продължителността на съществуването му като телевизионна продукция, иницирана от предприемачеството на независими продуцентски компании. Посочени са някои приноси на монографията: оригиналност на темата в българските медийни изследвания, научен принос е избраната методология и подробния анализ на пет предавания от формата на вечерното токшоу, теоретико-приложен подход в научния анализ и емпиричен сравнителен анализ, адаптирането на вечерното токшоу за онлайн платформи. В заключение, става ясно, че тази монография е сериозна стъпка напред в анализа и осмислянето на телевизионното развлечение в неговия български вариант, като територия на хумора, видима е „балканизацията“ на

формата на вечерно токшоу в България, българското вечерно токшоу е посредник и сцена на коментари на политици и политически събития.

17.PESHEVA, Margarita. The Late-Night Talk Show in the Era of Slavi Trifonov. In: www.newmedia21.eu. [online]. 16.05.2021. ISSN:1314-3794

This review of the book "The Era of the Late Night Talk Show: Late Night Talk show Productions for Digital Platforms" on behalf of Prof. Margarita Pesheva is structured in separate paragraphs that aim to show the research contributions of the monograph from different aspects. In introduction, entitled "The Game of Chance", the rare chance that a scientific study appears at a moment of complete coincidence with social and political circumstances in Bulgaria is shown. The theoretical model of the Bulgarian evening talk show in practice finds an actual political realization in the role of the TV host and the team of the evening talk show with the longest broadcasted in our country. In the paragraph "Scientific relevance" it is noted that, in contrast to numerous scholarly studies of the evening talk show, this monograph is the first comprehensive and in-depth scientific study of the television talk show in Bulgarian media theory. The study covers the history of the evening talk show, the creative instruments structure, the professional decisions in the practice of realization of similar shows, and contributing moments of the Bulgarian productions. The Bulgarian late-night program shows and proves its place in television programming through television battles and competition between different models, both popular and not very long broadcasted. The scientific analysis highlights the role of the host of the evening talk show, which predetermines the duration of its existence as a television production initiated by the entrepreneurship of independent production companies. Some contributions of the monograph are indicated: originality of the topic in Bulgarian media studies, a scientific contribution is the chosen methodology and the detailed analysis of five evening talk shows, a theoretical-applied approach in scientific analysis and an empirical comparative analysis, the adaptation of the evening talk show for online platforms. In conclusion, it seems not generalized that this monograph is a serious step forward in the analysis and understanding of television entertainment in its Bulgarian version, as a territory of humor, the "balkanization" of the late-night talk show format in Bulgaria is visible, the Bulgarian evening talk show is a mediator and a stage of comments by politicians and political events.

18. ПЕТРОВ, Милко. Ерата на вечерното токшоу(продуциране на вечерно токшоу за онлайн платформи). В: Реторика и комуникации, април 2021, брой 47, сс. 129-132.

Тази рецензия на книгата от името на проф. Милко Петров представя научната монография, озаглавена „Ерата на вечерното токшоу: Продуциране на вечерно токшоу за онлайн платформи“ като първото задълбочено теоретично изследване на възникването и развитието на телевизионния жанр, наречено „вечерно шоу“, обикновено излъчвано в късен вечерен праймтайм. Книгата е издадена като много важно изследване, което отива на по-високо ниво в областта на българската медийна теория. Според позицията на рецензента книгата предлага интегрирана методология за научен анализ, която включва подходи на медийната история и знание, медийна регулация, медийна социология и политически науки. Научната монография се основава на

комплексен анализ във връзка с възникването и по-късното развитие на вечерното токшоу и използва множество изследователски техники. Книгата разкрива действителното състояние на вечерното токшоу в дигиталните платформи, което днес изглежда като дигитален ключ към неговото бъдещето.

18.PETROV, Milko. The Late Night Talk Show Era: Late Night Talk Show Production for Digital Platforms. In: Rhetoric and Communications, April 2021, Issue 47, pp 129- 132.

This book review on behalf of Prof. Milko Petrov presents the scientific monograph, entitled “The Late-Night Talk Show Era: Late Night Talk Show Production for Digital Platforms as the first thorough theoretical study of origin and development of television genre, called “the evening show”, usually aired in late-night prime time programming. The book has been published as a very important research that goes a higher level in the field of the Bulgarian media theory. According to the reviewer’s position, the book suggest an integrated methodology of scientific analysis that comprises approaches of media history and knowledge, media regulation, media sociology, and political sciences. The scientific monograph is based on a complex analysis in relation to emerging and later development of late-night talk show, and uses a numerous research techniques. The book reveals the actual status of late-night talk show on digital platforms, which today looks like a “digital key” to its future.